



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



ASSUNTO/PROCESSO (Nº 490150 /2017)

Projeto Político Pedagógico do Curso Tecnólogo em

Gestão Comercial - Unemat/Sinop-MT -

TURMA MATUPÁ-MT

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 Gestão Comercial - Unemat/Sinop-MT - TURMA MATU



PARTES INTERESSADAS

Campus de Sinop

Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas

Curso de Administração

Turma de Matupá - MT

JUNTADA

JUNTOU-SE FLS. _____

DESTINO	DATA	

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 EGRESSO E CAMPO DE ATUAÇÃO PROFISISONAL	26
5. INTEGRAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO E INTERDISCIPLINARIDADE	29
6. INTEGRAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA	32
7. MOBILIDADE ACADÊMICA.....	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

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 geoeeducacional 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 abençoado 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 1ª - abrigar 50.000 habitantes; etapa 2ª – abrigar 100.000 habitantes e como etapa 3ª – 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 (ADECUM), 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)

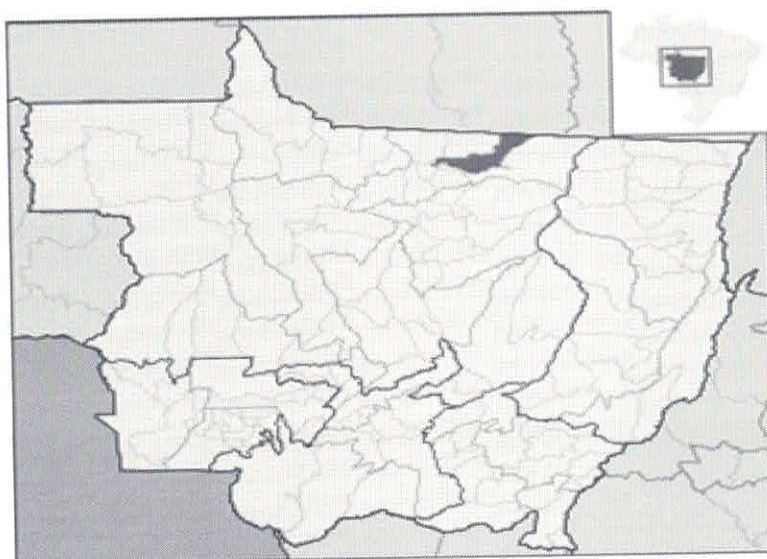
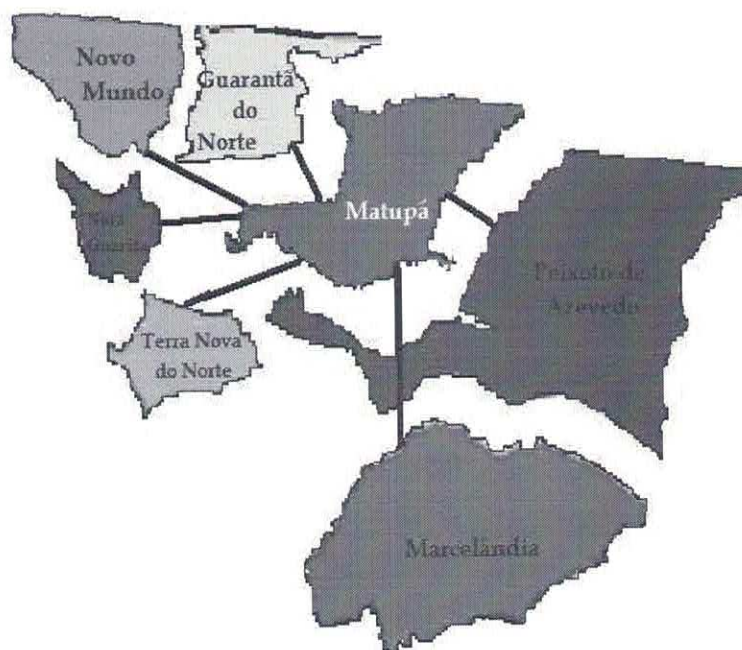


Figura 2: Mapa Microrregião de abrangência econômica, comercial/serviços - Matupá (MT)



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
Habilitação/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)	

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 (concurados 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 – Lotacionograma - 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 (60h, 4ª Fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia Regional e Urbana (60h, 5ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Análise de Viabilidade Econômica de Projetos (60h, 8ª fase, Curso de Administração).	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.	
2. Adriano Valter Dornelles Dias	Teoria do Direito	Direito do Trabalho (60h, 3ª fase, Curso de Administração); Direito Tributário (60 h, 4ª fase, Curso de Administração) (Eletiva); Instituição do Direito Público e Privado (60h, 2ª fase, Curso de Administração).	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.	
3. Angela Ester Mallmann Centenaro	Teoria Macroeconômica	Teoria Macroeconômica II (60h, 3ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Política e Planejamento Econômico (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Comércio Exterior (60h, 8ª fase, Curso de Administração) - Eletiva	9. Professor em gozo de Licença Prêmio pelo período de 03/04/2017 a 01/07/2017	Teoria Macroeconômica II (60h, 3ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Política e Planejamento Econômico (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Comércio Exterior (60h, 8ª fase, Curso de Administração) – Eletiva





GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFERÊNCIA

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



4. Arlete Redivo Sornberger	Teoria Geral da Administração	<p>Teoria Geral da Administração II (60h, 3º fase, Curso de Administração). Estágio Supervisionado I (120h, 5º fase, Curso de Administração).</p>	<p>8. Professora em licença maternidade de 30/09/2016 a 29/03/2017. 14. Férias de 29/03 a 11/06/2017. 9. Professor em gozo de licença prêmio de 12/06 a 11/07/2017.</p>	<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>
5. Claiton Pazzini Goulart	Contabilidade Específica	<p>Contabilidade Gerencial (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis); Auditoria Contábil I (60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis); Auditoria Contábil II (60h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis)</p>	<p>12. Professor afastado qualificação <u>Doutorado</u>. Portaria 1493 pelo período de 01/08/2016 a 31/07/2017. 14. Férias de 01/08 a 14/10/2017. 9. Licença Prêmio de 15/10 a 12/01/2018.</p>	<p>Teoria Geral da Administração II (60h, 3º fase, Curso de Administração). Estágio Supervisionado I (120h, 5º fase, Curso de Administração). Estágio Supervisionado III (120h, 7º fase, Curso de Administração); (Maria Eloisa) Contabilidade Gerencial (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis); Auditoria Contábil I (60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis); Auditoria Contábil II (60h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis) Contabilidade de Custos I (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis); (Disciplina deixada pelo professor Sérgio Guaraci) Contabilidade Avançada (60h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis) (Disciplina deixada pelo professor Sérgio Guaraci)</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



6. Ezequiel Nunes Pacheco	Contabilidade Pública	<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>6. Professor removido conforme Portaria nº 1251/2017 a partir de 28/03/2017.</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>
7. Feliciano Lhanos Azuaga	Teoria Econômica	<p>Introdução à Economia (60h, 1ª fase, Curso de Ciências Econômicas);</p> <p>Introdução à Economia (60h, 5ª fase, Curso de Administração);</p> <p>Economia Aplicada a Engenharia (30h, 3ª Fase, Curso de Engenharia Civil);</p> <p>Economia Aplicada a Engenharia (30h, 6ª Fase, Curso de Engenharia Elétrica).</p>	<p>4. Professor em exercício – gestão, Portaria da Reitoria 1846/2015. No período de 01/08/2015 a 31/12/2018.</p>	<p>Introdução à Economia (60h, 5ª fase, Curso de Administração);</p> <p>Economia Aplicada a Engenharia (30h, 3ª Fase, Curso de Engenharia Civil);</p> <p>Economia Aplicada a Engenharia (30h, 6ª Fase, Curso de Engenharia Elétrica).</p> <p>Tópicos Especiais em Economia I (60h, 7ª Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletiva (Profº Lindomar) 2017/1</p> <p>2017/2</p> <p>Introdução à Economia (60h, 5ª fase, Curso de Administração);</p> <p>Economia Aplicada a Engenharia (30h, 3ª Fase, Curso de Engenharia Civil);</p> <p>Economia Aplicada a Engenharia (30h, 6ª Fase, Curso de Engenharia Elétrica).</p> <p>Avaliação e Análise de Investimentos (60h, 6ª</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



8. Felipe Ferraz Vazquez	Teoria Macroeconômica	<p>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) - eletiva</p>	12. Professor afastado qualificação Doutorado. Portaria da Reitoria nº 1785/2015. Período de 01/08/2015 a 31/07/2018.	Fase, Curso de Ciências Econômicas). (Profº Paulo Jose Korbes)
9. Fernanda Mosseline Josende Coan	Contabilidade Privada	<p>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) - eletiva</p>	14. Professora Afastamento Qualificação – Doutora da portaria reitoria nº 1153/2017	<p>Trabalho de Conclusão de Curso I (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Contábeis); Estágio Supervisionado I (120h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis). Contabilidade Geral I (60h, 1º fase, Curso de Ciências Contábeis); (Vandersezar)</p>
10. Fiorelo Picoli	Teoria Geral da Administração	<p>Estágio Supervisionado II (120h, 6º fase, Curso de Administração); Teoria Geral da Administração I (60 h, 2º fase, Curso de Administração).</p>	17. Vaga em razão de aposentadoria a partir de 06/04/2017 – Ato 17.135/2017	<p>Estágio Supervisionado II (120h, 6º fase, Curso de Administração); Teoria Geral da Administração I (60 h, 2º fase, Curso de Administração).</p>
11. Geovana Alves de Lima Fedato	Contabilidade Privada	<p>Estágio Supervisionado I (120h, 7ª fase, Curso de Ciências Contábeis); Estrutura das Demonstrações Contábeis (60 h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis).</p>	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação	





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



GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

		(60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Comercial I (60h, 3º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Comercial II (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis).	horas/aula na graduação.
15. Ivan Canan	Contabilidade Privada	Teoria da Contabilidade (60 h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis); Controladoria (60h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis); Consultoria (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis) Eletiva.	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.
16. Juvenal Melvino Da Silva Neto	Teoria Macroeconômica	Trabalho de Conclusão de Curso I (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Formação Econômica do Brasil (60h, 3ª fase, Curso de Ciências Econômicas); 3ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia dos Recursos Ambientais e Naturais (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas).	Trabalho de Conclusão de Curso I (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).
17. Lindomar Pegorini Daniel	Economia Aplicada	Econometria I (60h, 5ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Tópicos Especiais em Economia I (Portaria da Reitoria 717/2017, (60h, 7ª Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletiva. Trabalho de Conclusão de Curso	12. Professor afastado para Doutorado, Portaria da Reitoria 614/2015 02/02/2015 a 31/01/2018. 14. Substituído pela Prof. Elizangela Beckmann, gestante, em 2017/1 - Sai com Licença Maternidade 3. Professor na Coordenação do Curso de Ciências Econômicas, Portaria da Reitoria 717/2017, período de 04/07/2015 a 14/08/2017.





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	II(60h, 8ª fase, Curso de Ciências Econômicas). Trabalho de Conclusão de Curso II (60h, 8º fase, Curso de Administração); Gestão da Informação, do conhecimento e inteligência organizacional (60h, 4º fase, Curso de Administração) Eletiva. Empreendedorismo e Plano de Negócios (60h, 3º 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, 2ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia Internacional (60h, 5ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Contas Nacionais (60h, 7ª Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletiva. 2017/2 Teoria Macroeconômica I (60h, 2ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia Internacional (60h, 5ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Teoria Macroeconômica III (60h, 7ª 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, 2º Semestre, Curso de Administração);	Princípios de Finanças (60h, 2º Semestre, Curso de 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



Orçamentária	Administração Financeira (60 h, 4º fase, Curso de Administração); 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 e Patrimoniais I (60h, 4º fase, curso de Administração); Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais II (60h, 5º fase, curso de Administração); Simulação Empresarial I (60h, 7º fase, Curso de Administração).	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação
22. Marcos Luis Procópio	Teoria Geral da Administração	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação
23. Maria Eloísa Karolczak	Teoria Geral da Administração	9. Professor em gozo de licença prêmio de 03/04 a 02/05/2017.
24. Mariete Schmidt Canabarro Quinteiro	Teoria do Direito	e9. Professora em gozo de licença prêmio de 03/04 a 01/07/2017.





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



		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.
26. Natalício Pereira Lacerda	Teoria Geral da Administração	Estágio Supervisionado II (120 h, 6º fase, Curso de Administração); Fundamentos de Administração (60 h, 1º fase, Curso de Ciências Contábeis).	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.
27. Nilso Francio	Administração de Agronegócios	Administração Agroindustrial I (60h, 6º fase, Curso de Administração); Administração Agroindustrial II (60h, 7º fase, Curso de Administração) (Eletiva); Gestão Ambiental e Sustentabilidade (60h, 8º fase, Curso de Administração).	9. Professor em gozo de licença prêmio Portaria Reitoria nº 175/2017 de 03/04/2017 a 01/06/2017.
28. Paulo Jorge Santos de Vasconcellos	Teoria Geral da Administração	Gestão Pública (60h, 7º fase, Curso de Administração); Estágio Supervisionado I (120 h, 5º fase, Curso de Administração).	12. Professor afastado para qualificação – doutorado. Portaria Reitoria nº 1154/2017.
			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); (Salli) Organização Sistemas e Métodos (60h, 4º fase, Curso de Administração); (Salli) Organização Sistemas e Métodos (60h, 3º fase, Curso de Ciências Contábeis); (Salli).
			Gestão Pública (60h, 7º fase, Curso de Administração); Estágio Supervisionado I (120 h, 5º fase, Curso de Administração).





GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFERÊNCIA

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, Curso de Ciências Econômicas); Mercado de Capitais (60h, 4ª fase, Curso de Ciências Contábeis) - Eletiva; Avaliação e Análise de Investimentos (60h, 6ª Fase, Curso de Ciências Econômicas).	3. Professor em Cargo de Gestão Coordenação Curso Período de 15/08/2017 a 14/08/2019 Portaria Reitoria 1279/2017	Avaliação e Análise de Investimentos (60h, 6ª Fase, Curso de Ciências Econômicas).
30. Raul Angel Carlos Oliveira	Teoria Econômica	História do Pensamento Econômico (60h, 1ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia I (60h, 1ª fase, Curso de Ciências Contábeis); Economia Política (60h, 7ª Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletiva.	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.	
31. Ronald Tavares Pires da Silva	Marketing	Administração Mercadológica I (60h, 6º fase, Curso de Administração); Administração Mercadológica II (60h, 7º fase, Curso de Administração); Gestão Estratégica (60h, 5º fase, Curso de Administração) (Eletiva).	1. Professor em Cargo de Gestão Portaria Reitoria nº 1280/2017 pelo período de 14/08/2017 a 14/08/2019.	Administração Mercadológica II (60h, 7º fase, Curso de Administração); Gestão Estratégica (60h, 5º fase, Curso de Administração) (Eletiva).
32. Salli Bagginstoss	Organização, Sistemas e Métodos	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).	3. Professor na Coordenação do Curso de Administração, Portaria da Reitoria 1866/2015, período de 04/07/2015 a 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)





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



GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

		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).	3. Professor na Coordenação do Curso de Ciências Contábeis, Portaria da Reitoria 909/2017, período de 03/03/2017 a 14/08/2017.	Contabilidade de Custos I (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Avançada (60h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis).
34. Udilmar 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);	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.	
35. Valdiva 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, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Trabalhista e Previdenciária (60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis).	3. Professor eleito Diretor da FACISA, Portaria da Reitoria 142/2017, período de 03/03/2017 a 02/03/2019	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



GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

		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, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Tributária I (60h, 3º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Tributária II (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis).	14. Professor com possibilidade de Afastamento Qualificação - Doutorado.	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. Wylmor Constantino Tives Dal Fovo	Teoria Microeconômica	Teoria Microeconômica I (60h, 2ª fase, 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).	14. Professor com possibilidade de ocupar cargo de Gestão	

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





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



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 Dedicção 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	AREA 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 obrigam 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 EGRESSO 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 m de pavimentação asfáltica na área urbana de Matupá, drenagens para águas fluviais, 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,



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 Há, 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 – Circulo 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_@ÇÃO-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 curse 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 tramites 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 dividido 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
- Comércio 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 – 2ª e 3ª 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		

<p>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</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA
<p>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.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
<p>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: Printice Hall, 2008. TAYLOR, Frederick W. Princípios de administração científica. 1. ed. 14. reimpressão. São Paulo: Atlas, 2009.</p>

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		
<p>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;</p>		

- 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		

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; GELBCKE, 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> <p>1.1. Razão e proporção.</p> <p>1.2. Grandezas proporcionais.</p> <p>1.3. Regra de sociedade.</p> <p>1.4. Regra de Três.</p> <p>1.5. Porcentagem.</p> <p>1.6. Operações com mercadorias.</p> <p>2 - JURO SIMPLES.</p> <p>2.1. Juro, capital e taxa.</p> <p>2.2. Regimes de capitalização.</p> <p>2.3. Juro simples.</p> <p>2.4. Taxas proporcionais e equivalentes.</p> <p>2.5. Juro comercial e juro exato.</p> <p>2.6. Número exato de dias entre duas datas.</p> <p>2.7. Montante.</p> <p>3 – DESCONTO SIMPLES.</p> <p>3.1. Títulos de crédito.</p> <p>3.2. Tipos de desconto.</p> <p>3.3. Desconto comercial.</p> <p>3.4. Desconto racional.</p> <p>3.5. Taxa de juro efetiva.</p> <p>3.6. Equivalência de capitais.</p> <p>4 - JURO COMPOSTO</p> <p>4.1. Definição</p>		

- 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, Lília 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.		

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.

_____ ; 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		
<p>1 - Entender o contexto do panorama do Empreendedorismo no Brasil e no Mundo</p> <p>1.1 Conceito; Origem; Evolução do Empreendedorismo - Contexto nacional e mundial.</p> <p>1.2 Perfil Empreendedor; Atitudes e Habilidades Empreendedoras.</p> <p>1.3 Intraempreendedor x empreendedor; Organização Intraempreendedor. Desenvolvendo Perfil Empreendedor dentro da Organização.</p> <p>1.4 O Processo Empreendedor; As diferentes maneiras de empreender. Empreendedorismo Social x Corporativo. Práticas de Empreendedorismo (Brasil x Mundo).</p> <p>2 – Analisar necessidades e tendências do empreendedorismo</p> <p>2.1 Como gerar ideias. Como reconhecer oportunidades de negócios; Como avaliar oportunidades de negócios.</p> <p>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;</p> <p>3 – Compreender as premissas do empreendedorismo</p> <p>3.1 Organização dos processos da empresa; Ferramentas de gestão; Questões Jurídicas.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>4 – Compreender e desenvolver um Plano de Negócios</p> <p>4.1 Principais processos de negócio da empresa; Infraestrutura, Tecnologia; Equipamentos e lay-out . Estrutura organizacional; Apresentação da Equipe; Necessidades de RH.</p> <p>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.</p>		

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 Custeio. 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 custeio 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 Custeio <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Método de custeio por absorção funcional 3.2 Método de custeio variável ou direto 3.3 Método de custeio 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		
BORNIA, A. C. Gestão Estratégica de Custos . Porto Alegre: Bookman, 2000. LEONE, G. S. G. Custos, planejamento, implantação e controle . 2. ed. SP: Atlas, 1996. MARION, J. C.; IUDÍCIBUS, S. Curso de contabilidade para não contadores . Livro texto. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000. NAKAGAWA, M. Gestão estratégica de custos . São Paulo: Atlas, 1996.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
MARION, J. C.; IUDÍCIBUS, S. Contabilidade comercial . 8º ed. São Paulo: Atlas, 2009 IUDÍCIBUS, S. (coord), <i>et al.</i> Contabilidade introdutória . Livro texto. Equipe de professores da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. 10 ed. SP: Atlas, 2006. VICECONTI, P. E. V. Contabilidade de Custos: Um Enfoque Direto e Objetivo . 7 ed. São Paulo: Frase, 2003. PADOVEZE, C. L. Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil . 3 ed. São Paulo, 2000 PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, L. M.; COSTA, R. G. Gestão Estratégica de Custos . 4.		

ed. São Paulo: Atlas, 2005.

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



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 próativas, 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		
1 - Componentes de produtos 1.1 Classificação de produtos 1.2 Mix e portfólio de produtos para empresas varejistas 1.3 Administração de Linhas de produtos e estratégias de posicionamento - 10 horas 1.4 Estratégias de linhas de produtos 1.5 - Estratégias de posicionamento e diferenciação 1.6 Marca 1.7 Embalagens 2. Estratégias de ciclo de vida 2.1 - Estágios do ciclo de vida 2.2 - Estratégias de componentes de mercado nas diversas fases do ciclo de vida 2.3 - Matrix BCG 3 - Estratégias de Preços em Marketing 3.1- Preços para Marketing 3.2 - Estratégias 4 - Estratégias Promocionais 4.1- Composto promocional 4.2 Propaganda 4.3 - Publicidade 4.4 Promoções de vendas 4.5 Relações públicas 5. Estratégias promocionais no ponto de venda 5.1 <i>Merchandising</i> 6- Canais de marketing		

<p>6.1 - Tipos e funções dos canais de distribuição</p> <p>6.2 Liderança e conflitos de canal</p> <p>6.3 Estratégias de canal</p> <p>6.4 Sistemas de marketing vertical</p> <p>6.5 Pontos de venda</p> <p>7 Tópicos de varejo e serviços</p> <p>7.1 - Características e diferenciações - o que muda em relação ao marketing <u>tradicional</u></p> <p>7.2 Varejo: Tipologias, layout e decisões.</p> <p>7.3 Atacado: Tipos de atacado: Decisões de marketing no atacado e tendências.</p> <p>8 - Serviços</p> <p>8.1- A natureza dos serviços.</p> <p>8.2 - Estratégias de marketing para empresas prestadoras de serviço.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA
<p>COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. 3. ed. RJ: Elsevier, 2009.</p> <p>CHURCHILL, Gilbert A. e PETER, Paul. Marketing: Criando valor para os clientes. SP: Saraiva, 2000.</p> <p>KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: Como criar, conquistar e dominar mercados. 6. ed. SP: Editora Futura, 2000.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicação à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2010.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
<p>GRONROOS, Chritian. Marketing: gerenciamento e serviços. 2. ed. RJ: Elsevier, 2003.</p> <p>KOTLER, P.. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>_____ ; ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. 9. ed. SP: Prentice Hall, 2003.</p> <p>_____. Princípios de marketing. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas. 2. ed. SP: Atlas, 2001.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas. 2. ed. SP: Atlas, 2001.</p>

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;

- 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.
CORRÊA, 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: <ul style="list-style-type: none"> 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; <ul style="list-style-type: none"> 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 		

<p>visões de negociação</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>ALBUQUERQUE, Lindolfo G. Competitividade e recursos Humanos. Revista da USP, vol. 27 (4), p.16-29, out/dez 1992.</p> <p>FLANNERY, Thomas P; HOFRICHTER, David; PLATTEN, Paul E. Pessoas, desempenho e salários: as mudanças na forma de remuneração nas empresas. São Paulo: Futura, 1997.</p> <p>MINICUCCI, Agostinho. Relações humanas: psicologia da s relações interpessoais. 6. ed. SP: Atlas, 2001</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
<p>KANAANE, Roberto. Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI. 2. ed. SP: Atlas, 1999.</p> <p>LIMONGI FRANÇA, Ana Cristina; RODRIGUES, Avelino Luiz. Stress e trabalho: uma abordagem psicossomática. 3. ed. SP: Atlas, 2002.</p> <p>MINICUCCI, Agostinho. Relações humanas: psicologia da s relações interpessoais. 6. ed. SP: Atlas, 2001</p>

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		
<ol style="list-style-type: none"> 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 estudo 1.2. Conceitos e Papel da Administração Financeira 1.3. Definição e objetivo do Administrador Financeiro 1.4. Funções Financeiras Empresariais 2. Administração financeira de curto prazo <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Estratégias e decisões financeiras 2.2. Administração do Ativo e do Passivo Circulante 2.3. Administração do Capital de giro 2.4. Estratégias de Investimento em Capital de Giro 2.5. Ciclos financeiros 2.6. Diagrama dos fluxos financeiros 2.7. Índices Financeiros 2.8. Rentabilidade x liquidez 3. Planejamento e controle de caixa <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Fluxo de Caixa 3.2. Demonstração de Resultado Projetado de Caixa 4. O processo de planejamento financeiro <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Planos Financeiros de Longo Prazo, Médio e Curto Prazo 4.2. Decisões de financiamentos 4.3. Decisões de Investimentos 5. Projeções Financeiras <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Projeção do Demonstrativo de Resultados 5.2. Projeção do Balanço Patrimonial 		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
<p>ASSAF NETO, Alexandre. Finanças Corporativas e Valor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>HOJI, Masakazu. Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financiamentos e orçamento empresarial. 9. ed. SP: Atlas, 2010.</p> <p>GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 12. ed. RJ: Harbra, 2002.</p>		
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		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestão de Pessoas <ol style="list-style-type: none"> 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 <ol style="list-style-type: none"> 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*. 7ª 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; HOFRIKTER, 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 psicossomática*. 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
<ol style="list-style-type: none"> 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 estratégia e função de vendas 5. Administração da força de vendas: tipo de trabalho e equipe de vendas <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Contratação da equipe, remuneração da força de vendas 6. Técnicas de vendas <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>COBRA, Marcos. Administração de vendas: casos, exercícios e estratégias. São Paulo: Atlas, 1994.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre. Administração de vendas. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.</p> <p>PENTEADO FILHO, José R. Previsão de vendas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1988.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
<p>SILVA, Joaquim. Gerência de vendas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.</p> <p>SIQUEIRA, Antônio. Vendas industriais. São Paulo: Atlas, 1995.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas. 2. ed. SP: Atlas, 2001.</p>

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		
<p>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.</p> <p>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.</p>		
UNIDADES DE ENSINO		
<p>I - Pesquisa de Mercado</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 Papeis 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.

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 importância 1.2 Competência da Logística 1.3 Missão da Logística 1.4 Integração das operações 2. Relacionamentos na Cadeia de Suprimentos <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Estrutura de canais 2.2 Aspectos econômicos da distribuição 2.3 Alianças Logísticas 3. Estrutura e Estratégias de Distribuição <ol style="list-style-type: none"> 3.1 – Concepção e Gestão da Cadeia de Suprimentos 3.2 - Planejamento da distribuição 3.3 – Modelos de distribuição 4. Administração de materiais <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Suprimento de estoque 4.2 Função dos estoques 4.3 Níveis de estoques 4.4 Classificação “ABC” 4.5 Análise de Valor 5. Aquisição De Bens E Materiais <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Finalidades 5.2 Atribuições 5.3 Cadastro de fornecedores 5.4 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		
<ol style="list-style-type: none"> 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.

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 pessoas 1.2 Classificação das teorias sobre liderança 1.3 Teoria dos traços da personalidade 1.4 Estilos de liderança 1.5 Teoria da abordagem contingencial (Manageiral Grid) 2. Liderança situacional <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Jogos de decisão 2.2 Forças ou energia de liderança 2.3 Teoria do ciclo vital 30 de Paul Hersey e Blaychard 2.4 Modelo tridimensional da Eficiência do líder 3. Características dos grupos <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Formação de equipes 3.2 Equipes de alta performance 4. Motivação e necessidades humanas: <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Motivação e comprometimento 4.2 Ciclo desmotivacional padrão 4.3 Motivação organizacional 4.4 Necessidades de Maslow 4.5 Teoria dos dois fatores de Herzberg 4.6 Abordagem contingencial de Victor VROON 4.7 Teoria X e Yoc D. MCGreg 4.8 Fatores que podem criar clima saudável e surto motivacional 4.9 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.		

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		
1 - Fundamentos de comércio eletrônico 1.1 Visão geral do comércio eletrônico 1.2 Histórico do comércio eletrônico 1.3 Tipos de comércio eletrônico 1.4 Benefícios do comércio eletrônico 2 – O consumidor on-line 2.1 Perfil do cliente on-line 2.2 Relacionamento com o cliente 2.3 Rastreamento e análise de dados 3 – Modelos de negócios 4 – Logística, estoque e transações monetárias 4.1 Logística e atendimento de pedidos 4.2 Estoque de produtos 4.3 Transações monetárias on-line 5 – Marketing e internet 5.1 Estratégias de vendas 5.2 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.rp-bahia.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 Conceitos 1.2 História 2. As Escolas de Estratégia 3. Os 5 P de Estratégia 4. Estratégias competitivas <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Conceitos e modelos 4.2 Níveis de estratégia 5. Planejamento Estratégico <ol style="list-style-type: none"> 5.1 princípios, conceitos, objetivos, importância 5.2 Partes do Planejamento e tipos do planejamento 5.3 Missão, visão, valores, princípios 5.4 Metodologia de Elaboração e implantação do PE 6. Diagnóstico Estratégico 7. Ferramentas para estratégica <ol style="list-style-type: none"> 7.1 Análise SWOT 7.2 Balanced ScoreCard 7.3 Canvas 		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
<p>CERTO, Samuel C. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia. 2. ed. SP: Pearson Education do Brasil, 2005.</p> <p>MAXIMINIANO, Antonio César Amaru. Introdução à Administração. São Paulo Atlas, 2003.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologias, práticas. 25. ed. SP: Atlas, 2008.</p>		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
<p>ANSOFF, H.I. Administração Estratégica. São Paulo Atlas 2000.</p> <p>ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro. Manual de Planejamento Estratégico. SP: Atlas, 2001.</p> <p>MAXIMINIANO, Antonio César Amaru. Introdução à Administração. São Paulo Atlas, 2003</p> <p>OLIVEIRA, Djalma de pinho Rebouças. Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia, prática. 22. Ed. São Paulo Atlas, 2006.</p>		

REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento de Sistema de Informação e Informática: guia prático** para planejar a tecnologia da informação integrada ao planejamento estratégico das organizações. 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 investimento 2. Roteiro e modelos de projetos de investimento 3. 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; Rentabilidade 5. 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.		



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					7266,00	
		INSS patronal	1	7266	7266,00		
14.00	Diárias					15400,00	
		3 diária coordenação	50	110,00	5500,00		
		diária professores	90	110,00	9900,00		
30.00	 Materiais de consumo					11689,00	
		Material de escritório	divs	3439,00	3439,00		
		Combustível	1800	3,75	6750,00		
		Material de limpeza	divs	1500,00	1500,00		
35.00	Serviços de Consultoria					9600,00	
		Serviços de consult., acomp. e exec. Projeto	1	9600,00	9600,00		
36.00	Pessoa Física					34600,00	
		Bolsa Ensino- Fundamentos da Administração	60	80,00	4800,00		
		Bolsa Ensino – Economia e Mercado	60	80,00	4800,00		
		Bolsa Ensino – Matemática Comercial e Financeir	60	80,00	4800,00		
		Bolsa Ensino – Contabilidade Básica	60	80,00	4800,00		
		Bolsa Ensino - Comunicação Empresarial	60	80,00	4800,00		
		Bolsa Ensino - Administração Mercadológica I	60	80,00	4800,00		
		Bolsa Ensino Projeto Pedagógico	60	80,00	4800,00		
		Pro-labore Palestrante	1	1000,00	1000,00		
39.00	Pessoa Jurídica					26468,00	
		Manutenção equipamentos	divs		1000,00		
		Serviços fotoc/equip	Divs	1,00	1168,00		
		Aluguel veículo	180	135,00	24300,00		
52.00	Material Permanente					76560,00	
		11.1 biblioteca	80	110,00	8.800,00		
		11.2 computador	20	2900,00	58.000,00		
		11.2 Impressora Multifuncional	2	1380,00	2.760,00		
		Programas de Análise Pesquisa	divs	7000,00	7.000,00		
33.00	Passagens					3290,00	
		Translado / professores	42	45	1890,00		
		Palestrante	2	700,00	1400,00		

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					7266,00	
		INSS patronal	1	7266	7266,00		
14.00	Diárias					15400,00	
		3 diária coordenação	50	110,00	5500,00		
		diária professores	90	110,00	9900,00		
30.00	Materiais de consumo					11689,00	
		Material de escritório	divs	3439,00	3439,00		
		Combustível	1800	3,75	6750,00		
		Material de limpeza	divs	1500,00	1500,00		
35.00	Serviços de Consultoria					9600,00	
		Serviços de consult., acomp. e exec. Projeto	1	9600,00	9600,00		
36.00	Pessoa Física					34600,00	
	3.1	Bolsa Ensino- Fundamentos da Administração	60	80,00	4800,00		
	3.2	Bolsa Ensino – Economia e Mercado	60	80,00	4800,00		
	3.3	Bolsa Ensino – Matemática Comercial e Financeir	60	80,00	4800,00		
	3.4	Bolsa Ensino – Contabilidade Básica	60	80,00	4800,00		
	3.5	Bolsa Ensino - Comunicação Empresarial	60	80,00	4800,00		
	3.6	Bolsa Ensino - Administração Mercadológica I	60	80,00	4800,00		
	3.7	Bolsa Ensino Projeto Pedagógico	60	80,00	4800,00		
	3.8	Pro-labore Palestrante	1	1000,00	1000,00		
39.00	Pessoa Jurídica					26468,00	
		Manutenção equipamentos	divs		1000,00		
		Serviços fotoc/equip	Divs	1,00	1168,00		
		Aluguel veiculo	180	135,00	24300,00		
52.00	Material Permanente					76560,00	
	11.1	biblioteca	80	110,00	8.800,00		
	11.2	computador	20	2900,00	58.000,00		
	11.2	Impressora Multifuncional	2	1380,00	2.760,00		
		Programas de Análise Pesquisa	divs	7000,00	7.000,00		
33.00	Passagens					3290,00	
		Translado / professores	42	45	1890,00		
		Palestrante	2	700,00	1400,00		

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 TAVARES 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

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,



VANDERSÉZAR 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. Vãndersezar 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

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 DA SILVA
Assessor de Gestão de Formação Diferenciada
UNEMAT - PROEG
Portaria 2176/2016

Ofício nº. 487/2017-PROEG/ATA

Cáceres, 12 de setembro de 2017.

A Prof^a ANA MARIA DI RENZO
PRESIDENTE DO CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO – CONEPE
UNEMAT

Prezada Professora,

Encaminhamos a V. S^a os processos 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 LUCIA DA ROCHA MAQUEA
Pró-Reitora de Ensino de Graduação
UNEMAT-PROEG
Portaria 001/2015

Recebido em 12/09/2017
Santana
ASEOC

Ofício nº 089/2017-ASSOC


Cáceres-MT, 05 de outubro de 2017

Prezada Senhora,

Cumprimentando-a cordialmente e, na oportunidade encaminhamos os processos abaixo identificados, para atendimento das solicitações dos respectivos pareceres apresentados na 3ª Sessão Ordinária do CONEPE, ocorrida nos dias 03 e 04 outubro de 2017.

PROCESSO	ASSUNTO	PARECER
321274/2017	Curso Turma Fora de Sede de Engenharia de Produção Agroindustrial	001/2017-CONEPE/CSE
481660/2017	Curso Turma Fora de Sede de Arquitetura e Urbanismo	002/2017-CONEPE/CSE
291408/2017	Curso Turma Fora de Sede em Direito – Alto Araguaia	003/2017-CONEPE/CSE
291427/2017	Curso Turma Fora de Sede em Direito - Rondonópolis	004/2017-CONEPE/CSE
512041/2017	Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública	005/2017-CONEPE/CSE
491609/2017	Curso Superior de Tecnologia em Logística	006/2017-CONEPE/CSE
493605/2017	Curso Superior de Tecnologia em Negócios e Inovação	007/2017-CONEPE/CSE
483459/2017	Curso Superior de Tecnologia em Teatro	008/2017-CONEPE/CSE
493626/2017	Curso Superior de Tecnologia em Gestão do Agronegócio	009/2017-CONEPE/CSE
490150/2017	Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial	010/2017-CONEPE/CSE
490174/2017	Curso Superior de Tecnologia em Gestão do Agronegócio	011/2017-CONEPE/CSE
421360/2017	Curso Turma Fora de Sede de Direito - Cáceres	024/2017-CONEPE/CSE
314126/2017	Curso Turma Fora de Sede de Pedagogia - Cáceres	025/2017-CONEPE/CSE

Ademais, coloco-me a disposição para maiores esclarecimentos.


Crísthiane Santana de Souza
Assessoria Especial de Normas
dos Órgãos Colegiados
ASSOC/UNEMAT

ILMA. SENHORA

PROFA. DRA. VERA LÚCIA DA ROCHA MAQUÊA

Pró-Reitora de Ensino de Graduação – PROEG

Sede Administrativa/UNEMAT

Of. n.º 537/2017-PROEG/AGFD

Cáceres-MT, 16 de outubro de 2017

Ao Sr.
MARION MACHADO CUNHA
DIRETOR POLÍTICO-PEDAGÓGICO E FINANCEIRO
UNEMAT – CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE SINOP

Prezado Senhor,

Ao cumprimentá-lo, encaminhamos a V. Sª os processos abaixo relacionados, a fim de que se tomem as devidas providências quanto às recomendações dos Pareceres n.º 010/2017 e n.º 011/2017 do CONEPE/CSE. As adequações deverão ser realizadas com a máxima urgência, para que os processos sejam encaminhados à próxima reunião do CONSUNI. Deverão ser anexados também os Planos de Trabalho nos processos, visando à avaliação do referido quesito na reunião supracitada.

- **Processo sob o protocolo n.º 490174/2017:** Curso Superior de Tecnologia em Gestão do Agronegócio;
- **Processo sob o protocolo n.º 490150/2017:** Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

Na certeza do atendimento, antecipamos agradecimentos.

Atenciosamente



AGIVALDO RODRIGUES DA SILVA
Assessor de Gestão de Formação Diferenciada
UNEMAT - PROEG
Portaria 2176/2016

fol 94
122

CONSIDERAÇÕES SOBRE AS RESSALVAS INDICADAS PELO PARECER FAVORÁVEL Nº 10/2017 – CONEPE/CSE, SOB PROCESSO Nº 490150/2017 EM 26 DE SETEMBRO DE 2017 DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL, MODALIDADE DIFERENCIADA – TURMA FORA DE SEDE/PRESENCIAL VINCULADO À FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS - FACISA, CAMPUS SINOP, NO NÚCLEO PEDAGÓGICO DE MATUPÁ

Ressalva (A) – Foi padronizada nas páginas: 34 (anexo), 38 – Eixo Temático 6 (anexo), 40 item 11 (anexo), 70, no quadro da disciplina TCC com ementa e bibliografias básica e complementares (anexo).

Ressalva (B) – Revisado no seu texto geral para o item **7 MOBILIDADE ACADÊMICA**, adequada para **Resolução 087/2015** – CONEPE, que dispõe sobre a Política de Mobilidade Acadêmica no âmbito da Graduação da UNEMAT de 16 e 17 de julho do ano de 2015, conforme recomendado (anexo texto completo).

Ressalva (C) – Anexo documento com assinatura de todos os membros dos respectivos Colegiados nas Folhas 76, 78 e 79.

Sinop (MT), em 27 de outubro de 2017-10-27

Profº Dr. Adm. Ronald Tavares Pires da Silva

Coordenador do Curso Superior de Tecnologia em gestão Comercial - Matupá

fls 95
J

PLANO DE TRABALHO E CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO FINANCEIRA

Pró-Reitoria de Ensino de Graduação - PROEG

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

Tel/PABX: (65) 3221-0030 ou 3221-0031

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

Usuário : 9 - Convênio : MATUPÁ - TECNÓLOGO GESTÃO COMERCIAL
Banco: CAIXA Conta: 0 Agência 0870

Escolha o Partícipe: SECITEC - SEC. EST. DE CIÊNCIAS E TEC. DO EST. MT (Fonte 1 - Concedente) ▼

Elemento	Descrição	Concedente	Conveniente	Executor	Interveniente	Total
13	Obrigações Patronais	R\$ 18.840,00				R\$ 18.840,00
14	Diárias - Pessoa Civil	R\$ 93.600,00				R\$ 93.600,00
20	Auxílio Financeiro ao Pesquisador	R\$ 102.480,00				R\$ 102.480,00
30	Material de Consumo	R\$ 16.000,00				R\$ 16.000,00
33	Passagens e Despesas com Locomoção	R\$ 46.800,00				R\$ 46.800,00
35	DOA - Despesas Oper. Administrativas	R\$ 45.120,80				R\$ 45.120,80
36	Outros Serviços de Terceiros - PF	R\$ 94.200,00				R\$ 94.200,00
39	Outros Serviços de Terceiros - PJ	R\$ 18.000,00				R\$ 18.000,00
52	Equipamentos e Material Permanente	R\$ 63.000,00				R\$ 63.000,00
93	Margem de Segurança do Projeto	R\$ 45.120,80				R\$ 45.120,80
Total:						R\$ 543.161,60

Vencimentos	Valores
01/01/2018	R\$ 135.790,41
01/07/2018	R\$ 135.790,41
01/01/2019	R\$ 135.790,41
01/07/2019	R\$ 135.790,41

Semestre	Jan/Jul	Fev/Ago	Mar/Set	Abr/Out	Mai/Nov	Jun/Dez
1º Semestre	R\$ 135.790,41					
2º Semestre	R\$ 135.790,41					
3º Semestre	R\$ 135.790,41					
4º Semestre	R\$ 135.790,41					
5º Semestre						
6º Semestre						

Gravar

Voltar



SECITEC - SEC. EST. DE CIÊNCIAS E TEC. DO EST. MT
FUNDAÇÃO DE APOIO AO ENS. SUP. PÚBLICO ESTADUAL



UNEMAT - UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
DIRETORIA ADMINISTRATIVA DE CONTRATOS E CONVÊNIOS
SUPERVISÃO DE PRESTAÇÃO DE CONTAS DE CONVÊNIOS

4.0 - CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO (META, ETAPA OU FASE)

Moeda : (R\$)

MATUPÁ - TECNÓLOGO GESTÃO COMERCIAL

Consolidado por Tipo de Despesa

Elemento	Tipo de Despesa	Concedente	Conveniente	Executor	Interveniente	Total
13	Obrigações Patronais	R\$18.840,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$18.840,00
14	Diárias - Pessoa Civil	R\$93.600,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$93.600,00
20	Auxílio Financeiro ao Pesquisador	R\$102.480,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$102.480,00
30	Material de Consumo	R\$16.000,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$16.000,00
33	Passagens e Despesas com Locomoção	R\$46.800,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$46.800,00
35	DOA - Despesas Oper. Administrativas	R\$45.120,80	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$45.120,80
36	Outros Serviços de Terceiros - PF	R\$94.200,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$94.200,00
39	Outros Serviços de Terceiros - PJ	R\$18.000,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$18.000,00
52	Equipamentos e Material Permanente	R\$63.000,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$63.000,00
93	Margem de Segurança do Projeto	R\$45.120,80	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$45.120,80
Total :		R\$543.161,60	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$543.161,60

Meta : 1 - PLANO PEDAGOGICO E ADMINISTRATIVO DO CURSO - 1º SEMESTRE

Início : 01/01/2018 21:22:50
Término : 31/12/2020 21:22:50

Objetivos :

REALIZAR ATIVIDADES PEDAGOGICAS E ADMINISTRATIVAS DO CURSO

	Tipo de despesa	Concedente	Conveniente	Total :
13	Obrigações Patronais	R\$2.460,00	R\$0,00	R\$2.460,00
14	Diárias - Pessoa Civil	R\$23.400,00	R\$0,00	R\$23.400,00
20	Auxílio Financeiro ao Pesquisador	R\$23.220,00	R\$0,00	R\$23.220,00
30	Material de Consumo	R\$4.000,00	R\$0,00	R\$4.000,00
33	Passagens e Despesas com Locomoção	R\$11.700,00	R\$0,00	R\$11.700,00
35	DOA - Despesas Oper. Administrativas	R\$11.280,20	R\$0,00	R\$11.280,20
36	Outros Serviços de Terceiros - PF	R\$12.300,00	R\$0,00	R\$12.300,00
39	Outros Serviços de Terceiros - PJ	R\$3.000,00	R\$0,00	R\$3.000,00
52	Equipamentos e Material Permanente	R\$28.000,00	R\$0,00	R\$28.000,00
Total :		R\$119.360,20	R\$0,00	R\$119.360,20

Meta : 1 - PLANO PEDAGOGICO E ADMINISTRATIVO DO CURSO - 1º SEMESTRE

Início : 01/01/2018 21:22:50
Término : 31/12/2020 21:22:50

Fase : 1 - ATIVIDADES PEDAGOGICAS E ADMINISTRATIVAS DO CURSO

Objetivo :

REALIZAR AS ATIVIDADES PROGRAMADAS

Meta	Fase	Tipo de despesas	Fonte	UN.	Qtd	Elem	Valor	Total	Descrição	Valor Gasto	Gasto %
1	1	Obrigações Patronais	1	UN.	1	13	2.460,00	2.460,00	ENCARGOS INSS 20%	0,00	0,00%
1	1	Diárias - Pessoa Civil	1	UN.	130	14	180,00	23.400,00	DESPESA PARA EXECUÇÃO DO CURSO	0,00	0,00%
1	1	Auxílio Financeiro ao Pesquisador	1	UN.	387	20	60,00	23.220,00	BOLSA AULAS MINISTRADAS, REOFERTA, COORDENAÇÃO E ASSESSORIA TECNICA	0,00	0,00%
1	1	Material de Consumo	1	UN.	1	30	4.000,00	4.000,00	DESPESA PARA EXECUÇÃO DO CURSO	0,00	0,00%
1	1	Passagens e Despesas com Locomoção	1	UN.	1	33	11.700,00	11.700,00	DESPESAS COM LOCOMOÇÃO DA EQUIPE	0,00	0,00%
1	1	DOA - Despesas Oper. Administrativas	1	UN.	1	35	11.280,20	11.280,20	DESPESAS PARA EXECUÇÃO DO CURSO	0,00	0,00%
1	1	Outros Serviços de Terceiros - PF	1	UN.	205	36	60,00	12.300,00	SERVIÇOS PESSOA FISICA	0,00	0,00%
1	1	Outros Serviços de Terceiros - PJ	1	UN.	1	39	3.000,00	3.000,00	SERVIÇOS PESSOA JURÍDICA	0,00	0,00%
1	1	Equipamentos e Material	1	UN.	1	52	28.000,00	28.000,00	MATERIAL BIBLIOGRÁFICO E EQUIPAMENTO EM GERAL	0,00	0,00%

Meta : 4 - PLANO PEDAGOGICO E ADMINISTRATIVO DO CURSO - 4º SEMESTRE

Início : 01/01/2018 21:22:50
Término : 31/12/2020 21:22:50

Objetivos :

REALIZAR ATIVIDADES PEDAGOGICAS E ADMINISTRATIVAS DO CURSO

	Tipo de despesa	Concedente	Conveniente	Total :
13	Obrigações Patronais	R\$11.460,00	R\$0,00	R\$11.460,00
14	Diárias - Pessoa Civil	R\$23.400,00	R\$0,00	R\$23.400,00
20	Auxilio Financeiro ao Pesquisador	R\$32.820,00	R\$0,00	R\$32.820,00
30	Material de Consumo	R\$4.000,00	R\$0,00	R\$4.000,00
33	Passagens e Despesas com Locomoção	R\$11.700,00	R\$0,00	R\$11.700,00
35	DOA - Despesas Oper. Administrativas	R\$11.280,20	R\$0,00	R\$11.280,20
36	Outros Serviços de Terceiros - PF	R\$57.300,00	R\$0,00	R\$57.300,00
39	Outros Serviços de Terceiros - PJ	R\$6.000,00	R\$0,00	R\$6.000,00
52	Equipamentos e Material Permanente	R\$5.000,00	R\$0,00	R\$5.000,00
93	Margem de Segurança do Projeto	R\$45.120,80	R\$0,00	R\$45.120,80
Total :		R\$208.081,00	R\$0,00	R\$208.081,00

Meta : 4 - PLANO PEDAGOGICO E ADMINISTRATIVO DO CURSO - 4º SEMESTRE
Fase : 1 - ATIVIDADES PEDAGOGICAS E ADMINISTRATIVAS DO CURSO

Início : 01/01/2018 21:22:50
Término : 31/12/2020 21:22:50

Objetivo :

REALIZAR AS ATIVIDADES PROGRAMADAS

Meta	Fase	Tipo de despesas	Fonte	UN.	Qtd	Elem	Valor	Total	Descrição	Valor Gasto	Gasto %
4	1	Obrigações Patronais	1	UN.	1	13	11.460,00	11.460,00	ENCARGOS INSS 20%	0,00	0,00%
4	1	Diárias - Pessoa Civil	1	UN.	130	14	180,00	23.400,00	DESPEZA PARA EXECUÇÃO DO CURSO	0,00	0,00%
4	1	Auxilio Financeiro ao Pesquisador	1	UN.	387	20	60,00	23.220,00	BOLSA AULAS MINISTRADAS, REOFERTA, COORDENAÇÃO E ASSESSORIA TECNICA	0,00	0,00%
4	1	Material de Consumo	1	UN.	1	30	4.000,00	4.000,00	DESPEZA PARA EXECUÇÃO DO CURSO	0,00	0,00%
4	1	Passagens e Despesas com Locomoção	1	UN.	1	33	11.700,00	11.700,00	DESPEZAS COM LOCOMOÇÃO DA EQUIPE	0,00	0,00%
4	1	DOA - Despesas Oper. Administrativas	1	UN.	1	35	11.280,20	11.280,20	DESPEZAS PARA EXECUÇÃO DO CURSO	0,00	0,00%
4	1	Outros Serviços de Terceiros - PF	1	UN.	205	36	60,00	12.300,00	SERVIÇOS PESSOA FISICA	0,00	0,00%
4	1	Outros Serviços de Terceiros - PJ	1	UN.	1	39	6.000,00	6.000,00	SERVIÇOS PESSOA JURÍDICA	0,00	0,00%
4	1	Equipamentos e Material Permanente	1	UN.	1	52	5.000,00	5.000,00	MATERIAL BIBLIOGRÁFICO E EQUIPAMENTO EM GERAL	0,00	0,00%
4	1	Margem de Segurança do Projeto	1	UN.	1	93	45.120,80	45.120,80	MARGEM DE SEGURANÇA	0,00	0,00%
Total :							R\$153.481,00				

Meta : 4 - PLANO PEDAGOGICO E ADMINISTRATIVO DO CURSO - 4º SEMESTRE
Fase : 2 - ATIVIDADES PEDAGOGICAS

Início : 01/01/2018 21:22:50
Término : 31/12/2020 21:22:50

Objetivo :

REALIZAR AS ORIENTAÇÕES - TCC

Meta	Fase	Tipo de despesas	Fonte	UN.	Qtd	Elem	Valor	Total	Descrição	Valor Gasto	Gasto %
4	2	Outros Serviços de Terceiros - PF	1	UN.	1	36	45.000,00	45.000,00	SERVIÇO PESSOA FÍSICA	0,00	0,00%
Total :							R\$45.000,00				

Meta : 4 - PLANO PEDAGOGICO E ADMINISTRATIVO DO CURSO - 4º SEMESTRE
Fase : 3 - ATIVIDADES PEDAGOGICAS

Início : 01/01/2018 21:22:50
Término : 31/12/2020 21:22:50

Objetivo :

REOFERTA DE DISCIPLINAS

Meta	Fase	Tipo de despesas	Fonte	UN.	Qtd	Elem	Valor	Total	Descrição	Valor Gasto	Gasto %
4	3	Auxilio Financeiro ao Pesquisador	1	UN.	1	20	9.600,00	9.600,00	REOFERTA DE DISCIPLINAS	0,00	0,00%
Total :							R\$9.600,00				



Phs 300
D

RESOLUÇÃO Nº 030/2017 – CONEPE

Aprova o Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial a ser executado no município de Matupá.

O Presidente do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CONEPE, da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT, no uso de suas atribuições legais, considerando o Processo nº 490150/2017; Parecer nº 044/2017/ADM, Parecer nº 040/2017-FACISA; Parecer nº 062/2017-Colegiado Regional, Parecer nº 016/2017-AGFD/PROEG; Parecer nº 010/2017-CONEPE/CSE e a decisão do Conselho tomada na 3ª Sessão Ordinária realizada nos dias 03 e 04 de outubro de 2017,

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar o Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial a ser executado no município de Matupá.

Art. 2º O Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Teatro tem as seguintes características:

- I. Carga horária total do Curso: 1.600 (mil e seiscentas) horas;
- II. Integralização em, no mínimo, 06 semestres e no máximo 8 semestres;
- III. Turno de Funcionamento: noturno;
- IV. Turma Única com oferta de 50 (cinquenta) vagas;
- V. Forma de ingresso: turma única por meio de vestibular específico.

Art. 3º No Anexo Único desta Resolução consta o Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua assinatura.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, em Cáceres/MT, 03 e 04 de outubro de 2017.


Prof. Ms. Ariel Lopes Torres
Presidente do CONEPE



fls 503
2

ANEXO ÚNICO

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL - MATUPÁ RESOLUÇÃO Nº 030/2017-CONEPE

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 câmpus, 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 geoeeducacionais 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 geoeeducacional 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.





plb 102
8

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),



fls 103
D

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 abençoado 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 1ª - abrigar 50.000 habitantes; etapa 2ª – abrigar 100.000 habitantes e como etapa 3ª – 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.





fls 104
J

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

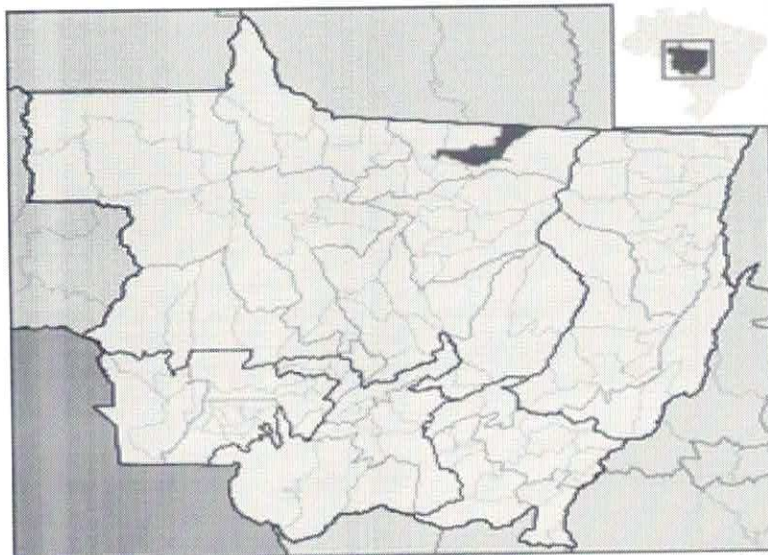
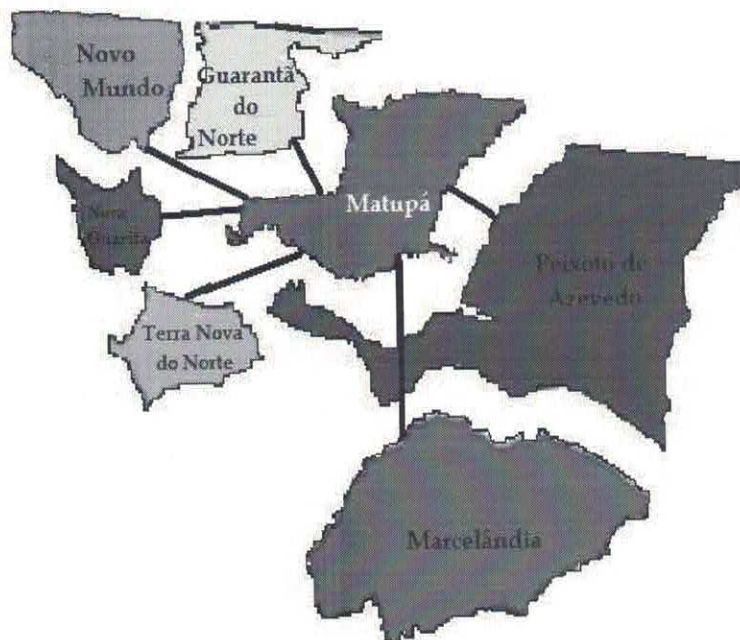


Figura 2: Mapa Microrregião de abrangência econômica, comercial/serviços - Matupá (MT)



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
Habilitação/Eixo Tecnológico – Catálogo Cursos Superiores de Tecnologia – MEC/2016	Gestão e Negócios
Área do conhecimento	Ciências Sociais Aplicadas



fls 105
J

Ano de início	2018/1
Modalidade	Presencial em Turma única
Regime escolar	Seriado semestral (fases)
Número de vagas (Tuma 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)	

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.

A seguir apresenta-se no Quadro 1, 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 1 – Professores Efetivos da FACISA, Cursos de Administração/2017

	DOCENTE	TITULAÇÃO	AREA 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	TIDE



fls 106
2

			Produção	
--	--	--	----------	--

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 obrigam 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.



fls 107
D

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.

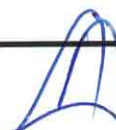
- Competências gerais, permitir e facilitar o alcance de metas e objetivos organizacionais; Identificar e apontar soluções para problemas organizacionais; Refletir sobre ações e decisões comerciais; Ter espírito empreendedor; Criatividade; Flexibilidade para adaptação às mudanças; Comportamento humano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

α) Articula e decide sobre as vendas em negócios diversos.





- β) Realiza estudos de viabilidade econômica e tributária.
- χ) Elabora análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.
- δ) Planeja pesquisas de mercado.
- ε) Desenvolve relacionamentos pós-venda com clientes.
- φ) Gerencia sistemas de informações comerciais.
- γ) Define métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.
- η) Gerencia a área comercial de uma organização.
- ι) 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 m de pavimentação asfáltica na área urbana de Matupá, drenagens para águas fluviais, um estádio para práticas esportivas às populações, construção de mais de 250





fls 109
D

casas populares, um *Campus* Universitário para a cidade, aeroporto Municipal com pista asfáltica, 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 Há, 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 a 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),



fls 110
J

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 – Circulo 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_@ÇÃO-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 Municípes.	2016/2018
Prospecção de Cenários Econômicos, Produtivos e suas nuances depredatórias na Amazônia Matogrossense (portaria 1143/2016)	2015/2017



fls 111
J

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.





fls 112
J

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 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, por meio da Resolução 087/2015-CONEPE, que dispõe sobre a mobilidade Acadêmica no âmbito da graduação da UNEMAT, onde em seu artigo 2º diz, “que a mobilidade acadêmica consiste em vínculo temporário de discentes do curso de Graduação da UNEMAT com instituições Superiores públicas, nacionais ou internacionais, conveniadas”... Ainda a referida estabelece em seu artigo 3º que poderá ocorrer quando: I Adesão programas Governo federal; Celebração de acordo de cooperação interinstitucional e; celebração de acordo de cooperação com instituições financiadoras. No artigo 5º determina por finalidades (resumo): I. Possibilitar discentes graduação da UNEMAT, cursar componentes curriculares em outro *Campus* de IES públicas nacionais ou internacionais; II. Receber discentes de graduação de IES conveniadas nacionais ou





internacionais para curar componentes curriculares; III. Promover interação discente em diferentes espaços, ampliando visão e mundo e domínio de outro idioma; IV. Favorecer construção da autonomia intelectual e enriquecimento da formação profissional; V. Estimular, cooperação técnica - científica e troca de experiências entre discentes e professores; VI. Propiciar visibilidade nacional e internacional ao ensino de graduação da UNEMAT.

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

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.

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 ENTREGA 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 dividido pedagogicamente em “Eixos Temáticos”, com sei (6) Eixos, a considerar:

EIXO TEMÁTICO 1 – GESTÃO E COMUNICAÇÃO

- Fundamentos da Administração
- Comunicação Empresarial





fls 114
J

- 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

- TCC – Trabalho de Conclusão 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	-



ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO – CONEPE



fls 115
J

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	08	
	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	04	40	10	-	10



fls 116
D

Negociação						
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 – 2ª e 3ª 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 Conclusão 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 apresentam-se as Ementas e respectivas Bibliografias, básicas e complementares, das Disciplinas do TGC, para turma de Matupá (MT), como segue, por Fases:



fls 117
D

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 cases 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 Organograma5.4 Departamentalização5.5 Centralização e descentralização6. Novos modelos de gestão<ol style="list-style-type: none">6.1 Downsizing6.2 Benchmarking6.3 Organizações de Aprendizagem6.4 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.		



fls 118
D

MOTTA, F. C. Prestes. **Introdução à Organização Burocrática**. São Paulo: Pioneira, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

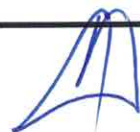
ARAUJO, Luis César G. de. **Teoria Geral de Administração**: aplicação e resultados nas empresas brasileiras. São Paulo: Atlas, 2004.

HICKSON, D. PUGH, D. **Os Teóricos das Organizações**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

SILVA, Reinaldo Oliveira da. **Teorias da Administração**. São Paulo: Printice 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		
<ol style="list-style-type: none">1. Introdução ao conceito de comunicação<ol style="list-style-type: none">1.1. Representação esquemática;1.2. Glossário2. Comunicação Empresarial<ol style="list-style-type: none">2.1. História2.2. Finalidade;2.3. Formas de comunicação;2.3. Público e opinião pública.3. Administração da informação<ol style="list-style-type: none">3.1. Qualificação;3.2. Responsabilidade;3.3. Estratégias;3.4. Ética e Responsabilidade Social.4. Veículos e transmissão de comunicação<ol style="list-style-type: none">4.1. Comunicação interna;4.2. Comunicação externa;4.3. Assessoria de comunicação;4.4. Marketing;4.5 Administração de crises.5. Novas mídias<ol style="list-style-type: none">5.1. Comunicação empresarial na Internet6. Marketing Pessoal<ol style="list-style-type: none">6.1 Etiqueta no ambiente empresarial		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		





fls 119
D

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		
<ol style="list-style-type: none">1. Fundamentos da contabilidade:<ol style="list-style-type: none">1.1 Conceito,1.2. Objeto,1.3. Objetivos,1.4. Campo de aplicação,1.5. Técnicas contábeis2. Patrimônio:<ol style="list-style-type: none">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 e aplicações de recursos.3. Contas:<ol style="list-style-type: none">3.1. conceito,3.2. classificação,3.3. Plano de contas,3.4. Balancete contábil4. Princípios contábeis:<ol style="list-style-type: none">4.1. Entidade,4.2. Continuidade,		



fls 120
D

- 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 razãotes.
- 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; GELBCKE, 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		
1 – ARITMÉTICA RACIONAL 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.		



fb 121
D

2 - JURO SIMPLES.

- 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.

3 – DESCONTO SIMPLES.

- 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.

4 - JURO COMPOSTO

- 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.		
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.		



fls 123
D

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
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		
MANKIWI, 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.

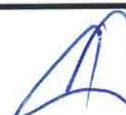
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR



fls 125
D

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 Custeio. 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 custeio 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 Custeio <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Método de custeio por absorção funcional 3.2 Método de custeio variável ou direto 3.3 Método de custeio 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		
BORNIA, A. C. Gestão Estratégica de Custos . Porto Alegre: Bookman, 2000. LEONE, G. S. G. Custos, planejamento, implantação e controle . 2. ed. SP: Atlas, 1996. MARION, J. C.; IUDÍCIBUS, S. Curso de contabilidade para não contadores . Livro texto.		





fls 126
2

3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
NAKAGAWA, M. **Gestão estratégica de custos**. São Paulo: Atlas, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARION, J. C.; IUDICIBUS, S. **Contabilidade comercial**. 8º ed. São Paulo: Atlas, 2009
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.
VICECONTI, P. E. V. **Contabilidade de Custos: Um Enfoque Direto e Objetivo**. 7 ed. São Paulo: Frase, 2003.
PADOVEZE, C. L. **Contabilidade Gerencial**: Um enfoque em sistema de informação contábil. 3 ed. São Paulo, 2000
PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, L. M.; COSTA, R. G. **Gestão Estratégica de Custos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
WERNKE, R. **Gestão de Custos: Uma Abordagem Prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

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 próativas, 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		
1 - Componentes de produtos 1.1 Classificação de produtos 1.2 Mix e portfólio de produtos para empresas varejistas 1.3 Administração de Linhas de produtos e estratégias de posicionamento - 10 horas 1.4 Estratégias de linhas de produtos 1.5 - Estratégias de posicionamento e diferenciação 1.6 Marca 1.7 Embalagens 2. Estratégias de ciclo de vida 2.1 - Estágios do ciclo de vida 2.2 - Estratégias de componentes de mercado nas diversas fases do ciclo de vida 2.3 – Matrix BCG 3 – Estratégias de Preços em Marketing 3.1– Preços para Marketing 3.2 – Estratégias 4 – Estratégias Promocionais 4.1– Composto promocional 4.2 – Propaganda 4.3 – Publicidade 4.4 Promoções de vendas		



fls 127
D

- 4.5 Relações públicas
- 5. Estratégias promocionais no ponto de venda
 - 5.1 *Merchandising*
- 6- Canais de marketing
 - 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		



pls 128
D

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
- Administração da Sociedade
- Normas gerais;
 - Normas relativas às sociedades limitadas;
 - Responsabilidade perante os sócios e terceiros;
- Contrato Social
- Cláusulas básicas;
 - Alterações contratuais;
 - Direitos e deveres dos sócios;
 - Relações com terceiros
- Estabelecimento Empresarial
- Direito Tributário
- Conceitos iniciais
 - Tributo: Conceito, Elementos, Espécies, Tributos não Vinculados – Impostos, Tributos Vinculados - Taxa e Contribuição de Melhoria, Empréstimo Compulsório;
 - Tributos diretos e indiretos;
- Limitações ao Poder de Tributar
- Princípios constitucionais tributários: Legalidade, Isonomia tributária, Irretroatividade tributária, Anterioridade
- Obrigação Tributária
 - Conceito de obrigação
 - Espécies - obrigação principal e acessória;
 - Sujeito ativo e sujeito passivo
 - Crédito Tributário
 - Conceito; Constituição do crédito tributário;
 - Lançamento tributário;
 - Modalidades de lançamento
 - Extinção do crédito tributário
 - Impostos
 - Conceito;
 - Classificação dos impostos no sistema tributário brasileiro
 - 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
 - Impostos Estaduais: Imposto sobre circulação de mercadorias e prestações de





fls 129
J

serviços (ICMS); competência, função e fato gerador; Imposto sobre a propriedade de veículos automotores (IPVA); competência, função e fato gerador

- 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.
CORRÊA, 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		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conflitos: <ol style="list-style-type: none"> 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; <ol style="list-style-type: none"> 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; 		





fls 130
J

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 da s 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 psicossomática**. 3. ed. SP: Atlas, 2002.
MINICUCCI, Agostinho. **Relações humanas: psicologia da s 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**



fls 131
D

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 financiamentos 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		



fls 132
D

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		
α) 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		



ph 133
D

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**. 7ª 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 psicossomática**. 3. ed. SP: Atlas, 2002.
MINICUCCI, Agostinho. **Relações humanas: psicologia da s 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		
<ol style="list-style-type: none"> 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 estratégia e função de vendas 5. Administração da força de vendas: tipo de trabalho e equipe de vendas <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Contratação da equipe, remuneração da força de vendas 6. Técnicas de vendas <ol style="list-style-type: none"> 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		



fls 134
D

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 a) 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 Papeis 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		





fls 135
J

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.

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		
a) Logística b) Conceito e importância c) Competência da Logística d) Missão da Logística e) Integração das operações 2. Relacionamentos na Cadeia de Suprimentos 2.1 Estrutura de canais 2.2 Aspectos econômicos da distribuição 2.3 Alianças Logísticas 3. Estrutura e Estratégias de Distribuição 3.1 – Concepção e Gestão da Cadeia de Suprimentos 3.2 - Planejamento da distribuição 3.3 – Modelos de distribuição 4. Administração de materiais 4.1 Suprimento de estoque 4.2 Função dos estoques 4.3 Níveis de estoques 4.4 Classificação "ABC" 4.5 Análise de Valor 5. Aquisição De Bens E Materiais 5.1 Finalidades 5.2 Atribuições 5.3 Cadastro de fornecedores 5.4 Transporte (Tipos/ Condições) 6 Armazenamento Transporte, Manuseio e Distribuição 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 7.1 Conceito de administração de recursos patrimoniais: Gestão das instalações; Gestão		



fls 136
D

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		
<ol style="list-style-type: none"> 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		
<p>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.</p>		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
<p>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.</p>		



fls 137
D

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 VROON4.7 Teoria X e Y de 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 Loredes T. Psicologias : Uma introdução ao estudo da psicologia. 13. Ed. São Paulo: Ed. Saraiva, 2006. 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		
1 - Fundamentos de comércio eletrônico 1.1 Visão geral do comércio eletrônico 1.2 Histórico do comércio eletrônico 1.3 Tipos de comércio eletrônico 1.4 Benefícios do comércio eletrônico 2 – O consumidor on-line 2.1 Perfil do cliente on-line 2.2 Relacionamento com o cliente 2.3 Rastreamento e análise de dados 3 – Modelos de negócios 4 – Logística, estoque e transações monetárias 4.1 Logística e atendimento de pedidos 4.2 Estoque de produtos 4.3 Transações monetárias on-line 5 – Marketing e internet 5.1 Estratégias de vendas 5.2 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.rp-bahia.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.		



fls 139
J

Controle estratégico. Planejamento Estratégico

UNIDADES DE ENSINO

1. Estratégia
 - 1.1 Conceitos
 - 1.2 História
2. As Escolas de Estratégia
3. Os 5 P de Estratégia
4. Estratégias competitivas
 - 4.1 Conceitos e modelos
 - 4.2 Níveis de estratégia
5. Planejamento Estratégico
 - 5.1 princípios, conceitos, objetivos, importância
 - 5.2 Partes do Planejamento e tipos do planejamento
 - 5.3 Missão, visão, valores, princípios
 - 5.4 Metodologia de Elaboração e implantação do PE
6. Diagnóstico Estratégico
7. Ferramentas para estratégia
 - 7.1 Análise SWOT
 - 7.2 Balanced ScoreCard
 - 7.3 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

1. Análise de projetos de investimento
 - 1.1 Conceitos de planejamento financeiro e projetos de investimento
2. Roteiro e modelos de projetos de investimento
3. Projeção e estimativa do fluxo de caixa
 - 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
 - 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; Rentabilidade
5. Financiamento para o projeto
 - 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.





fls 141
D

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
TCC- TRABALHO DE CONCLUSÃO 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.		

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.

Ofício nº. 603/2017-PROEG/AGFD

Cáceres, 08 de novembro de 2017.

Ao Sr.
FRANCISCO LLEDO DOS SANTOS
Pró-Reitor de Planejamento e Tecnologia da Informação
UNEMAT

Prezado Pró-reitor,

Ao cumprimentá-lo, encaminhamos os Processos sob os protocolos números: 490174/2017 e 490150/2017, que tratam sobre os Cursos Superiores de Tecnologia em Gestão do Agronegócio e Tecnologia em Gestão Comercial, respectivamente, para análise do Plano de Trabalho e Cronograma de Desembolso, visando apreciação na próxima reunião do CONSUNI.

Certos de contar com a vossa contribuição, nos despedimos externando estima e consideração.

Atenciosamente



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



PARECER Nº 017/2017

Cáceres, 09 de outubro de 2017.

PARECER DE IMPACTO ORÇAMENTÁRIO

ASSUNTO:

PROCESSO DE ABERTURA DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL – NÚCLEO PEDAGÓGICO DE MATUPÁ.

Neste parecer tratar-se-á das condições orçamentárias da Universidade do Estado de Mato Grosso para a implementação do curso citado em epígrafe, conforme instrução do processo nº 490150/2017.

O projeto pedagógico do curso já foi aprovado por meio das Resolução de nº 030/2017 do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UNEMAT – CONEP (fls. 100 a 141).

As despesas decorrentes da implementação, serão integralmente suportadas pela Secretaria de Estado de Ciências e Tecnologia de Mato Grosso (SECITEC/MT) e totalizarão R\$ 543.161,60 (quinhentos e quarenta e três mil, cento e sessenta e um reais e sessenta centavos) conforme Plano de Trabalho e Cronograma de Desembolso (fls. 96 a 99), e nos termos do Protocolo de Intenções firmado entre a UNEMAT, SECITEC e Fundação de Apoio.

O curso será, portanto, será financiado pela Administração Pública Direta do Estado de Mato Grosso, o que ocorrerá por meio de parceria, instrumentalizada em



GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE PLANEJAMENTO E TECNOLOGIA DA
INFORMAÇÃO



termo de convênio ou documento congêneres, em que serão partes, a SECITEC/MT, a UNEMAT, e uma Fundação de Apoio para atuar como conveniente dos recursos.

Isso significaria que a execução orçamentária-financeira do projeto não será encargo da UNEMAT.

ANÁLISE:

Neste sentido, somos **favoráveis**, à participação da UNEMAT na oferta deste curso, visto que será desenvolvido em parceria com as demais Instituições citadas acima, desde que todas as partes estejam plenamente habilitadas nos termos da IN nº 001/2016 SEPLAN/SEFAZ/CGE/MT.

Ordenador de Despesas está ciente e de acordo

FRANCISCO LLEDO DOS SANTOS
Pró-Reitor de Planej. e Tec. da Informação
UNEMAT-PRPTI
Portaria 003/2015

ALEXANDRE GONÇALVES PORTO
Pró-reitor de Gestão Financeira
UNEMAT Reitoria
Portaria nº 539/2017



OF. Nº. 397/2017/GS/SECITEC-MT

Cuiabá-MT, 27 de novembro de 2017.

**ANA MARIA DI RENZO
REITORA DA UNEMAT**

Assunto: Solicitação de devida tramitação nas instâncias colegiadas superiores da UNEMAT para implantação dos cursos que especifica, com ônus para a SECITEC/MT, conforme articulações preliminares.

Magnífica Reitora,

Nos termos das articulações preliminares já mantidas com essa Universidade, em cumprimento às exigências e formalidades legais vigentes aplicáveis à espécie, valemo-nos do presente para solicitar oficialmente a tramitação no Conselho Universitário – CONSUNI dos cursos de graduação de licenciatura, bacharelado e de Tecnologia, conforme relacionados abaixo, com ônus integral para essa Secretaria de Estado:

1.1. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de ADMINISTRAÇÃO – Programa Turmas Fora de Sede, com (100) vagas, na Sede do Município de CUIABÁ, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2021/2, com um custo global estimado atualmente em R\$ 1.181.760,00 (um milhão, cento e oitenta e um mil, setecentos e sessenta reais), em 12 (doze) parcelas de R\$ 98.480,00 (noventa e oito mil, quatrocentos e oitenta reais), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho, parte integrante e obrigatória do futuro instrumento a ser celebrado entre as partes, na forma da legislação vigente que disciplina a matéria, consoante o disposto no art. 116, § 1º da Lei Federal nº 8.666/1993 e alterações;

1.2. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de ENGENHARIA DE PRODUÇÃO AGROINDUSTRIAL - Programa Turmas Fora de Sede com (50) vagas, na Sede do Município de CUIABÁ, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2022/2, com um custo global estimado atualmente em R\$ 1.348.308,00 (um milhão, trezentos e quarenta e oito mil, trezentos e oito reais), em 10 (dez) parcelas de R\$ 134.830,80 (cento e trinta e quatro mil, oitocentos e trinta reais e oitenta centavos), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho;

1.3. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de PEDAGOGIA - Programa Turmas Fora de Sede com (50) vagas, na Sede do Município de CUIABÁ, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2021/2, com um custo global estimado atualmente em R\$ 749.104,20 (Setecentos e quarenta e nove mil, cento e quatro reais e vinte centavos), em 08 (oito) parcelas de R\$ 93.638,03 (noventa e três mil, seiscentos e trinta e oito reais e três centavos), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho;

1.4. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de DIREITO - Programa Turmas Fora de Sede com (50)



vagas, na Sede do Município de CUIABÁ, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2022/2, com um custo global estimado atualmente em R\$ 973.194,30 (Novecentos e setenta e três mil, cento e noventa e quatro reais e trinta centavos), em 10 (dez) parcelas de R\$ 97.319,43 (noventa e sete mil, trezentos e dezenove reais e quarenta e três centavos), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho;

1.5. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de TECNÓLOGO EM GESTÃO DE AGRONEGÓCIO - com (50) vagas, na Sede do Município de Água Boa, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2020/2, com um custo global estimado atualmente em R\$ 726.844,82 (setecentos e vinte e seis mil, oitocentos e quarenta e quatro reais e oitenta e dois centavos), em 6 (seis) parcelas de R\$ 121.140,80 (cento e vinte e um mil, cento e quarenta reais e oitenta centavos), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho;

1.6. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de TECNÓLOGO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS E INOVAÇÃO - com (50) vagas, na Sede do Município de CUIABÁ, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2020/1, com um custo global estimado atualmente em R\$ 526.239,20 (quinhentos e vinte e seis mil, duzentos e trinta e nove reais e vinte centavos), em 6 (seis) parcelas de R\$ 87.706,53 (oitenta e sete mil, setecentos e seis reais e cinquenta e três centavos), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho;

1.7. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de TECNÓLOGO EM GESTÃO PÚBLICA - com (50) vagas, na Sede do Município de CUIABÁ, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2020/1, com um custo global estimado atualmente em R\$ 531.843,20 (quinhentos e trinta e um mil, oitocentos e quarenta e três reais e vinte centavos), em 6 (seis) parcelas de R\$ 88.640,53 (oitenta e oito mil, seiscentos e quarenta reais e cinquenta e três centavos);

1.8. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de TECNÓLOGO EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO - com (50) vagas, na Sede do Município de LUCAS DO RIO VERDE, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2020/2, com um custo global estimado atualmente em R\$ 726.844,82 (setecentos e vinte e seis mil, oitocentos e quarenta e quatro reais e oitenta e dois centavos), em 6 (seis) parcelas de R\$ 121.140,80 (cento e vinte e um mil, cento e quarenta reais e oitenta centavos), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho;

1.9. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de TECNÓLOGO EM GESTÃO COMERCIAL - com (50) vagas, na Sede do Município de MATUPÁ, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2020/1, com um custo global estimado atualmente em R\$ 543.161,60 (quinhentos e quarenta e três mil, cento e sessenta e um reais e sessenta centavos), em 6 (seis) parcelas de R\$ 90.526,93 (noventa mil, quinhentos e vinte e seis reais e noventa e três centavos), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho;

1.10. Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de TECNÓLOGO EM LOGÍSTICA - com (50) vagas, na Sede do Município de RONDONÓPOLIS, no período preliminarmente previsto de: 2018/1 a 2020/1, com um custo global estimado atualmente em R\$ 545.203,20 (quinhentos e quarenta e



cinco mil, duzentos e três reais e vinte centavos), em 6 (seis) parcelas de R\$ 90.867,20 (noventa mil, oitocentos e sessenta e sete reais e vinte centavos), que será detalhado no respectivo Plano de Trabalho;

Esclarecemos, outrossim, que após a tramitação ora solicitada, que inclui as discussões e deliberações pelas instâncias competentes da UNEMAT, imediatamente tomaremos as providências cabíveis para a formalização dos respectivos convênios, conforme o regramento pertinente em vigor estabelece, considerando que os recursos necessários estarão viabilizados.

Sendo o essencial para a oportunidade, renovamos protestos de elevada estima e consideração.

Atenciosamente,

DOMINGOS SÁVIO BOABAID PARREIRA
Secretário de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação