

Plano de Ensino
2016.1

Gestão de Custos e Preços	
Semestre: 5º	Carga Horária: 50h
Ementa	Desenvolvimento de uma avaliação gerencial relacionada a apuração de custos para formação de preço com margem de contribuição. Elaboração e construção de custos como elemento para formação de preços incluindo-se a margem de contribuição para planejamento de lucro de produto. Estudo de impostos aplicados a produtos e o aprofundamento de seus impactos organizacionais. Conceito de eficiência financeira advindo da estratégia de formação de preços. A formação, desenvolvimento e controle de preços como vantagem competitiva.
Bibliografia Básica:	<p>MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 10ª Edição - São Paulo - Editora Atlas - 2010.</p> <p>LEONE, G.S.G. Custos: Planejamento, Implantação e Controle. São Paulo – Editora Atlas -2000.</p> <p>IUDÍCIBUS, Sérgio de. Contabilidade Gerencial. São Paulo - Editora Atlas - 1998.</p> <p>MANSO, Luiz A. F.; SILVA, Armando M. Leite da. Impacto de programas de gerenciamento da demanda no custo da perda de carga. Sba Controle & Automação, Campinas, v. 14, n. 4, dez. 2003 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-17592003000400010&lng=pt&nrm=iso</p>
Bibliografia Complementar:	<p>HORNGREN, Charles T. Contabilidade de Custos. 9ª Edição - Rio de Janeiro: LTC - 2000.</p> <p>MARTINS, Eliseu e Rocha, Welington Contabilidade de Custos: Livro de Exercícios. 10ª Edição - São Paulo – Editora Atlas, 2010.</p> <p>PADOVEZE, Clovis L. Contabilidade Gerencial. São Paulo – Editora Atlas – 2000.</p> <p>HANSEN, Don R. e MOWEN, Maryanne M. Gestão de Custos. 1ª Edição - São Paulo – EditoraPioneira Thomson Learning - 2001.</p> <p>ASSEF, Roberto. Gerência de Preços. 2ª Edição - Rio de Janeiro - Editora Campus – 2005.</p> <p>SILVA, Paulo Ricardo Ckless; RIBEIRO, José Luis Duarte. Uma proposta para a modelagem do valor percebido na prestação de serviços. Prod.,São Paulo, v. 12, n. 1, 2002 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132002000100003&lng=pt&nrm=iso</p> <p>PEREIRA, Giancarlo Medeiros et al . Comparando flexibilidade no produto, custos e velocidade de desenvolvimento na indústria da moda chinesa e brasileira. Prod.,São Paulo, v. 21, n. 1, mar. 2011 . Disponível em</p>

Plano de Ensino
2016.1

	http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132011000100004&lng=pt&nrm=iso
--	---

Inovação e negócios	Carga Horária: 50h
Semestre: 5º	
Ementa	Estudo de fontes de inovação na empresa e formas de acesso à inovação. Discussão sobre estruturas organizacionais de empresas inovadoras, aspectos legais da inovação e apropriação de seus resultados. Reflexão sobre inovação e estratégia competitiva. Prática de ações estruturantes na gestão estratégica da inovação.
Bibliografia Básica	<p>PORTER, Michael. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2004.</p> <p>CHESBOROUGH, Henry. Modelos de negócios abertos: como prosperar dentro do cenário da inovação. São Paulo: Bookman, 2011.</p> <p>GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2012, 315p.</p> <p>LINDEGAARD, STEFAN. A revolução aberta: a chave da nova competitividade nos negócios. http://books.google.com.br/books?id=E7MAN6lkdA4C&printsec=frontcover&dq=inova%C3%A7%C3%A3o&hl=pt-BR&sa=X&ei=0T-mUfHmHdax4AO-woHYCA&ved=0CEUQ6AEwBA#v=onepage&q=inova%C3%A7%C3%A3o&f=false</p>
Bibliografia Complementar	<p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing: Conceitos, exercícios, Casos. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>DORNELAS, José Carlos Assis; SPINELLI, Jeffry A. Timmons Stephen. Planos de Negócios que dão certo: Um guia para pequenas Empresas. São Paulo: Elsevier, 2012.</p> <p>BES, Fernando Trías de. KOTLER, Philip. A bíblia da inovação: princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações. São Paulo, Editora LUA DE PAPEL, 2011.</p>

Planejamento Orçamentário

Semestre: 5º	Carga Horária: 50h
Ementa	Desenvolvimento do planejamento orçamentário- financeiro como peça indispensável de controle gerencial anual da empresa, reconhecendo-o como um dos produtos do planejamento empresarial - o estratégico, o tático e o operacional, e identificando a sua importância para o direcionamento dos

**Plano de Ensino
2016.1**

	objetivos e rumos da empresa. Estudo do conceito e da importância do orçamento. Reflexão sobre o orçamento na administração da empresa. Análise do orçamento como instrumento de tomada de decisões e de controle da ação gerencial, em seus diversos tipos.
Bibliografia Básica:	<p>HOJI, Masakazu. Administração financeira na prática: guia para educação financeira corporativa, e. 3ª. ed. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>SÁ, Carlos Alexandre. Orçamento Empresarial: novas técnicas de elaboração e de acompanhamento. São Paulo, Editora Atlas, 2014.</p> <p>PADOVEZE, Clóvis Luís. Planejamento Orçamentário. São Paulo, Cengage Learning, 2010.</p> <p>MARQUES, Wagner Luiz. Orçamento Empresarial: Utilizado nas Micro e Pequenas Empresas, disponível em: http://books.google.com.br/books?id=VAc3hx7zfCsC&lpg=PA1&dq=Or%C3%A7amento%20Empresarial&pg=PA1#v=onepage&q=Or%C3%A7amento%20Empresarial&f=false</p>
Bibliografia Complementar:	<p>WELSCH, Glenn Albert., Orçamento Empresarial; 4ª. Ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2011.</p> <p>NIKBAKHT, A. A.; GROPELLI, Ehsan. Administração Financeira; 3ª. Ed. Tradução Célio Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2011.</p> <p>GITMAN, Lawrence J.. Princípios de administração financeira. Tradução Allan Vidigal Hastings. 12ª. ed. São Paulo: Pearson, 2010.</p> <p>MARQUES, Wagner Luiz. Orçamento Empresarial Utilizado nas Micro e Pequenas Empresas, disponível em: http://books.google.com.br/books?id=VAc3hx7zfCsC&lpg=PA36&dq=Planejamento%20Or%C3%A7ament%C3%A1rio&pg=PA1#v=onepage&q=Planejamento%20Or%C3%A7ament%C3%A1rio&f=false</p> <p>SEBRAE. Instrumento de Apoio Gerencial – Orçamento Empresarial, disponível em: http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/62769153B53E776303256F9E00483843/\$File/NT000A383A.pdf</p>

1ª Semana:

Conteúdos:	<p>Apresentação do Plano de Ensino, apresentação docente, combinados para o semestre, datas importantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por que é importante conhecer os conceitos de Custos?
-------------------	--

**Plano de Ensino
2016.1**

	<ul style="list-style-type: none"> • Terminologias aplicadas à Gestão de Custos • Exercícios de fixação
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Utilização do laboratório e planilha Excel

2ª Semana:

Conteúdos:	Custos Diretos e Indiretos na formação do preço. Exercícios de fixação
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Utilização do laboratório e planilha Excel

3ª Semana:

Conteúdos:	Custos Diretos e Indiretos na formação do preço.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Utilização do laboratório e planilha Excel

4ª Semana:

Conteúdos:	Margem de Contribuição; conceito, cálculo
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Utilização do laboratório e planilha Excel

5ª Semana:

Conteúdos:	Formação de Custos e Margem de Contribuição para composição do Preço
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Utilização do laboratório e planilha Excel

6ª Semana:

Conteúdos:	Elaboração de Projeto de Marketing envolvendo a Formação de Custos e Margem de Contribuição para composição do Preço
-------------------	--

**Plano de Ensino
2016.1**

Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Utilização do laboratório e planilha Excel
--------------------	---

7ª Semana

Conteúdos:	Elaboração de Projeto de Marketing envolvendo a Formação de Custos e Margem de Contribuição para composição do Preço
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Utilização do laboratório e planilha Excel

8ª Semana

Conteúdos:	Elaboração de Projeto de Marketing envolvendo a Formação de Custos e Margem de Contribuição para composição do Preço
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Utilização do laboratório e planilha Excel

9ª Semana:

Conteúdos:	Avaliação Individual
Metodologia	Avaliação formal, individual, composta por questões de múltipla escolha e discursiva.

10ª Semana:

Conteúdos:	Vistas, revisão de conteúdo.
Metodologia	Correção da Avaliação formativa, revisão de conteúdo contemplando explicação da teoria e exercícios.

11ª Semana:

Conteúdos:	Aspectos mercadológicos associados ao preço de produto ou serviço como vantagem competitiva.
Metodologia	Apresentação e discussão de Cases de Empresas onde o preço influenciou positivamente e negativamente as vendas do produto ou serviço. Atividades em grupo, seminário. Apresentações semanais por grupo.

12ª Semana:

**Plano de Ensino
2016.1**

Conteúdos:	Aspectos mercadológicos associados ao preço de produto ou serviço como vantagem competitiva.
Metodologia	Apresentação e discussão de Cases de Empresas onde o preço influenciou positivamente e negativamente as vendas do produto ou serviço. Atividades em grupo, seminário. Apresentações semanais por grupo.

13ª Semana:

Conteúdos:	Aspectos mercadológicos associados ao preço de produto ou serviço como vantagem competitiva.
Metodologia	Apresentação e discussão de Cases de Empresas onde o preço influenciou positivamente e negativamente as vendas do produto ou serviço. Atividades em grupo, seminário. Apresentações semanais por grupo.

14ª Semana:

Conteúdos:	Aspectos mercadológicos associados ao preço de produto ou serviço como vantagem competitiva.
Metodologia	Apresentação e discussão de Cases de Empresas onde o preço influenciou positivamente e negativamente as vendas do produto ou serviço. Atividades em grupo, seminário. Apresentações semanais por grupo.

15ª Semana:

Conteúdos:	Conceito de Estratégia. O preço como estratégia de Marketing conforme nicho de mercado. Estudos de viabilidade e prática de precificação no mercado. O comportamento dos diferentes segmentos de mercado associado ao público alvo.
Metodologia	Trabalho em grupo desenvolvendo estratégia de preço e discutindo resultados com demais colegas. Despertar para o ambiente competitivo de negócios através da apresentação de trabalhos em sala de aula.

16ª Semana:

Conteúdos:	Conceito de Estratégia. O preço como estratégia de Marketing conforme nicho de mercado.
-------------------	--

Plano de Ensino
2016.1

	Estudos de viabilidade e prática de precificação no mercado. O comportamento dos diferentes segmentos de mercado associado ao público alvo.
Metodologia	Trabalho em grupo desenvolvendo estratégia de preço e discutindo resultados com demais colegas. Despertar para o ambiente competitivo de negócios através da apresentação de trabalhos em sala de aula.

17ª Semana:

Conteúdos:	Avaliação Bimestral Individual. Prova dissertativa e/ou múltipla escolha contemplando as competências e habilidades exploradas no ENADE.
Metodologia	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.

18ª Semana:

Conteúdos:	Vistas e revisão de conteúdo
Metodologia	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.

19ª Semana:

Conteúdos:	Provas Substitutivas
Metodologia	Conteúdo ministrado no semestre.

20ª Semana:

Conteúdos:	Recuperação
Metodologia	Conteúdo ministrado no semestre.