

**Plano de Ensino  
2015.1**

<b>Gestão de Preços</b>	
<b>Módulo B</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
<b>Ementa</b>	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.
<b>Conteúdo</b>	<p>Introdução a Contabilidade de Custos</p> <p>Conceito de Formação de Preço</p> <p>Cálculo da Margem de Contribuição</p> <p>Formação de Custos e Margem de Contribuição para composição do Preço</p> <p>Aspectos mercadológicos associados ao preço de produto ou serviço como vantagem competitiva</p> <p>Estratégia de Preços</p>
<b>Bibliografia Básica:</b>	<p>MARTINS, Eliseu. <b>Contabilidade de Custos</b>. 10ª Edição - São Paulo - Editora Atlas - 2010.</p> <p>LEONE, G.S.G. <b>Custos: Planejamento, Implantação e Controle</b>. São Paulo – Editora Atlas -2000.</p> <p>IUDÍCIBUS, Sérgio de. <b>Contabilidade Gerencial</b>. 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 &amp; Automação, Campinas, v. 14, n. 4, dez. 2003 . Disponível em <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0103-17592003000400010&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0103-17592003000400010&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> acessos em 07 mar. 2013.</p>
<b>Bibliografia Complementar:</b>	<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 – Um Enfoque em Sistema de Informação Contábil. São Paulo – Editora Atlas – 1996.</p> <p>HANSEN, Don R. e MOWEN, Maryanne M. Gestão de Custos. 1ª Edição - São Paulo – Editora Pioneira Thomson Learning - 2001.</p>

**Plano de Ensino  
2015.1**

	<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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0103-65132002000100003&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0103-65132002000100003&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> acessos em 07 mar. 2013.</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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0103-65132011000100004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0103-65132011000100004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> Acessos em 07mar. 2013. Epub 18-Fev-2011.</p>
<b>Critério de Avaliação</b>	<p>Primeiro Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos, prova qualis valendo 2 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 2 pontos</p> <p>Segundo Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 4 pontos</p> <p>Substitutiva: na hipótese de ausência na avaliação individual e Recuperação nas vistas das provas e no último encontro.</p>

**1ª Semana:**

<b>Conteúdos:</b>	<p>Apresentação do Plano de Ensino, apresentação docente, combinados para o semestre, datas importantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por que é importante conhecer os conceitos de Custos?</li> <li>• Terminologias aplicadas à Gestão de Custos</li> <li>• Exercícios de fixação</li> </ul>
<b>Metodologia</b>	<b>Aula expositiva com utilização de recursos informáticos e exercícios práticos para fixação dos conceitos ensinados.</b>

**2ª Semana:**

<b>Conteúdos:</b>	<p>Custos Diretos e Indiretos na formação do preço. Exercícios de fixação</p>
<b>Metodologia</b>	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

**3ª Semana:**

**Plano de Ensino**  
**2015.1**

<b>Conteúdos:</b>	Custos Diretos e Indiretos na formação do preço
<b>Metodologia</b>	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

**4ª Semana:**

<b>Conteúdos:</b>	Margem de Contribuição _ conceito, cálculo
<b>Metodologia</b>	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

**5ª Semana:**

<b>Conteúdos:</b>	Formação de Custos e Margem de Contribuição para composição do Preço
<b>Metodologia</b>	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

**6ª Semana:**

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

**7ª e 8ª Semana**

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

**9ª Semana:**

<b>Conteúdos:</b>	Avaliação Individual
-------------------	----------------------

**Plano de Ensino**  
**2015.1**

<b>Metodologia</b>	Avaliação formal, individual, composta por questões de múltipla escolha e discursiva.
--------------------	---

**10ª Semana:**

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

**11 a 14ª Semanas:**

<b>Conteúdos:</b>	Aspectos mercadológicos associados ao preço de produto ou serviço como vantagem competitiva.
<b>Metodologia</b>	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 a 18ª Semana:**

<b>Conteúdos:</b>	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.
<b>Metodologia</b>	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.

**19ª Semana:**

<b>Conteúdos:</b>	Avaliação Individual
<b>Metodologia</b>	Avaliação formativa, individual contendo 2 questões discursivas e 6 questões de múltipla escolha. Conteúdos específicos da disciplina e de conhecimentos gerais associados ao tema.

**20ª Semana:**

<b>Conteúdos:</b>	Revisão de Conteúdo do Semestre. Recuperação
-------------------	--