

Plano de Ensino
2016.1

Gestão de Custos e Preços	
Módulo B	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.
Conteúdo	Introdução a Contabilidade de Custos Conceito de Formação de Preço Cálculo da Margem de Contribuição Formação de Custos e Margem de Contribuição para composição do Preço Aspectos mercadológicos associados ao preço de produto ou serviço como vantagem competitiva Estratégia de Preços Preço a) Formação de preço b) Preço e percepção do valor pelos clientes
Bibliografia Básica:	MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 10ª Edição - São Paulo - Editora Atlas - 2010. LEONE, G.S.G. Custos: Planejamento, Implantação e Controle. São Paulo – Editora Atlas -2000. IUDÍCIBUS, Sérgio de. Contabilidade Gerencial. São Paulo - Editora Atlas - 1998. 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 acessos em 07 mar. 2013.
Bibliografia Complementar:	HORNGREN, Charles T. Contabilidade de Custos. 9ª Edição - Rio de Janeiro: LTC - 2000. MARTINS, Eliseu e Rocha, Welington Contabilidade de Custos: Livro de Exercícios. 10ª Edição - São Paulo – Editora Atlas, 2010 PADOVEZE, Clovis L. Contabilidade Gerencial – Um Enfoque em Sistema de Informação Contábil. São Paulo – Editora Atlas – 1996.

Plano de Ensino
2016.1

	HANSEN, Don R. e MOWEN, Maryanne M. Gestão de Custos. 1ª Edição - São Paulo – Editora Pioneira Thomson Learning - 2001. ASSEF, Roberto. Gerência de Preços. 2ª Edição - Rio de Janeiro - Editora Campus – 2005. 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 acessos em 07 mar. 2013. 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 http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132011000100004&lng=pt&nrm=iso Acessos em 07mar. 2013. Epub 18-Fev-2011.
Critério de Avaliação	Primeiro Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos, prova qualis valendo 2 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 2 pontos Segundo Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 4 pontos Substitutiva: na hipótese de ausência na avaliação individual e Recuperação nas vistas das provas e no último encontro.

1ª Semana:

Conteúdos:	Apresentação do Plano de Ensino, apresentação docente, combinados para o semestre, datas importantes. • Por que é importante conhecer os conceitos de Custos? • Terminologias aplicadas à Gestão de Custos • Exercícios de fixação
Metodologia	Aula expositiva com utilização de recursos informáticos e exercícios práticos para fixação dos conceitos ensinados.

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.

Plano de Ensino
2016.1

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.

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.

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.

6ª 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.

7ª e 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.

9ª Semana:

Plano de Ensino
2016.1

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.

11 a 14ª Semanas:

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 a 18ª 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.

19ª Semana:

Conteúdos:	Avaliação Individual
Metodologia	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:

Conteúdos:	Revisão de Conteúdo do Semestre. Recuperação
-------------------	--