

4º período

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO				
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO SUPERIOR				
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA				
CELSO SUCKOW DA FONSECA				
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO				
DISCIPLINA			CÓDIGO	PERÍODO
Administração Financeira I			GADMVA7421	4º
CRÉDITOS	AULA/SEMANA			CARGA HORÁRIA
4	TEÓRICA	PRÁTICA	ESTÁGIO	80h/a
	4	0	0	
PRÉ-REQUISITOS				
Matemática Financeira - GADMVA7317				
EMENTA				
Fundamentos da Administração Financeira. Administração Financeira de Curto Prazo. Administração do Capital de Giro. Alavancagem Financeira, Operacional e Total. Decisões de Investimento de Longo Prazo. Fluxos de Caixa. Payback e Payback Descontado. Valor Presente Líquido (VPL). Taxa Interna de Retorno (TIR) e Taxa Interna de Retorno Modificada (TIR-M).				
BIBLIOGRAFIA				
BÁSICA:				
1. ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. Fundamentos de Administração Financeira . 2ª Ed. Atlas, 2014.				
2. HOJI, Masakazu. Administração Financeira na Prática : Guia para Educação Financeira Corporativa e Gestão Financeira Pessoal. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.				
3. LEMES JR, Antônio B.; RIGO, Cláudio M.; CHEROBIM, Ana P. M. S. Administração Financeira : Princípios, Fundamentos e Práticas Brasileiras. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.				
COMPLEMENTAR:				
1. ABREU, José Carlos. Administração Financeira 1 : Finanças para empreendedores e iniciantes. Rio de Janeiro: FGV, 2015.				
2. BRUNER, Robert F. Estudos de Caso em Finanças : Gestão para criação de valor Corporativo. 5ª ed. Rio de Janeiro: McGraw-Hill, 2009.				
3. CAMLOFFSKI, Rodrigo. Análise de Investimentos e Viabilidade Financeira das Empresas . São Paulo: Atlas, 2014.				
4. GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira . 12ªed. Porto Alegre: Bookman, 2010.				
5. ZDANOWICZ. José E. Gestão Financeira pra Cooperativas : Enfoques Contábil e Gerencial. São Paulo: Atlas, 2014.				
OBJETIVOS GERAIS				
Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão na gestão financeira				

- Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle
- Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais
- Desenvolver capacidade para elaborar, implementar, consolidar e avaliar projetos de investimentos em organizações
- Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração financeira, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Fundamentos da Administração Financeira
 - 1.1. Evolução
 - 1.2. Responsabilidades
 - 1.3. Objetivos da empresa
 - 1.4. Sistema Financeiro Nacional
 - 1.5. Ativos Financeiros
 - 1.6. Mercado de ações
 - 1.7. Mercados financeiros
2. Cálculo Financeiro e Avaliação
 - 2.1. Cálculo Financeiro e o Contexto Inflacionário
 - 2.2. Produtos Financeiros
 - 2.3. Avaliação de Renda Fixa
 - 2.4. Avaliação de Renda Variável
3. Desempenho Operacional e Valor
 - 3.1. Índices econômico-financeiros de análise
 - 3.2. Alavancagem Operacional e Financeira
 - 3.3. Medidas de Criação de Valor
4. Administração Financeira de Curto Prazo
 - 4.1. Administração de Capital de Giro
 - 4.2. Administração de Caixa
 - 4.3. Administração de Valores a Receber
 - 4.4. Administração de Estoques
 - 4.5. Fontes de Financiamento e Aplicações Financeiras de Curto Prazo no Brasil
5. Análises de Investimento
 - 5.1. Tipos de Investimento
 - 5.2. Elaboração e Relevância de Fluxos de Caixa
 - 5.3. Avaliação Econômica de Investimento
 - 5.4. Payback e Payback Descontado
 - 5.5. Valor Presente Líquido (VPL)
 - 5.6. Taxa Interna de Retorno (TIR)
 - 5.7. Taxa Interna de Retorno Modificada (TIR-M)
 - 5.8. Análise de Projetos Independentes e Mutuamente Excludentes
6. Tópicos Especiais em Finanças

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO				
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO SUPERIOR				
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA				
CELSO SUCKOW DA FONSECA				
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO				
DISCIPLINA			CÓDIGO	PERÍODO
Ciência Política			GADMVA7423	4º
CRÉDITOS	AULA/SEMANA			CARGA HORÁRIA
2	TEÓRICA	PRÁTICA	ESTÁGIO	40h/a
	2	0	0	
PRÉ-REQUISITOS				
Sociologia aplicada à Administração - GADMVA7423				
EMENTA				
Ciência Política: Considerações iniciais. Filosofia Política. Estado. Governo. Democracia. Democracia Representativa: partidos políticos, sistemas eleitorais, sociedade civil e opinião pública..				
BIBLIOGRAFIA				
BÁSICA:				
1. CAPRA, Fritjof. O ponto de mutação . Cutrix, 2010.				
2. MAQUIAVEL. O príncipe . Vozes, 2011.				
3. RIBEIRO, João Ubaldo. Política . Objetiva, 2010.				
COMPLEMENTAR:				
1. ARENDT, Hannah. A promessa da política . Difel, 2007.				
2. PLATÃO. A República . São Paulo: EDIPRO, 2016.				
3. LIOSA, Mario Vargas. A civilização do espetáculo . Objetiva, 2013.				
4. HOLLANDA, Cristina Buarque de. Teoria das elites . Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2011, pp. 38-44.				
5. WEBER, Max. Ciência e política . Cutrix, 2011.				
OBJETIVOS GERAIS				
A disciplina Ciência Política tem por objetivo intermediar a reflexão das demais disciplinas da área de humanidades com a esfera político-social. O aluno contará com os instrumentos necessários para analisar a vida em sociedade, as relações de poder estabelecidas e considerar as especificidades dos campos teóricos da Política. Assim, com o arranjo conceitual e a troca dialógica, a disciplina viabiliza a construção da autonomia de reflexão.				
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO				
1. Ciência Política				
1.1. Considerações gerais				
1.2. Importância da ciência política para a compreensão do Estado				
2. Filosofia Política				
2.1. Filosofia política clássica				
2.2. O contratualismo				
2.3. O Intuicionismo				
2.4. Utilitarismo				
2.5. O liberalismo político				
2.6. A teoria libertária				

- 2.7. Marxismo
- 2.8. Comunitarismo
- 3. Estado**
 - 3.1. O Estado na Teoria Política Moderna
 - 3.1.1. O Modelo Liberal de Estado
 - 3.1.2. O Estado do Bem-Estar Social
 - 3.2.3. O Brasil e suas peculiaridades
 - 3.2. Elementos constitutivos do Estado
 - 3.2.1. Território
 - 3.2.2. Povo/População
 - 3.2.3. Soberania
 - 3.3. Formas de Estado
 - 3.3.1. Estado Unitário
 - 3.3.2. Estado Federado
- 4. Governo**
 - 4.1. Formas de Governo
 - 4.1.1. República
 - 4.1.2. Monarquia
 - 4.2. Sistemas de Governo
 - 4.2.1. Parlamentarismo
 - 4.2.2. Presidencialismo
 - 4.2.2.1. O presidencialismo de coalizão
 - 4.2.3. Sistemas mistos
 - 4.2. Sistemas de Governo
- 5. Democracia**
 - 5.1. Considerações gerais
 - 5.2. Tipos de democracia
 - 5.2.1. Democracia Direta
 - 5.2.2. Democracia Indireta (Representativa)
 - 5.2.3. Democracia Deliberativa
- 6. Democracia Representativa: partidos políticos, sistemas eleitorais, sociedade civil e opinião pública**
 - 6.1. Partidos Políticos
 - 6.2. Sistemas Eleitorais
 - 6.2.1. Sistema Majoritário
 - 6.2.2. Sistema Proporcional
 - 6.2.3. Sistema “misto”
 - 6.2.4. O financiamento de campanhas eleitorais no Brasil
 - 6.3. Sociedade Civil
 - 6.4. Opinião Pública

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO				
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO SUPERIOR				
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA				
CELSO SUCKOW DA FONSECA				
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO				
DISCIPLINA			CÓDIGO	PERÍODO
Gestão da Produção I			GADMVA7420	4º
CRÉDITOS	AULA/SEMANA			CARGA HORÁRIA
4	TEÓRICA	PRÁTICA	ESTÁGIO	80h/a
	4	0	0	
PRÉ-REQUISITOS				
Gestão de Processos e Organização, Sistemas e Métodos -GADMVA7318				
EMENTA				
Administração da produção; papel estratégico e; objetivos da produção; estratégia de produção; projeto em gestão da produção.; projeto de produtos e serviços; projeto da rede de operações produtivas; arranjo físico e fluxo; tecnologia de processo; projeto de organização do trabalho.				
BIBLIOGRAFIA				
BÁSICA:				
1. BRANDON JONES, Alistair,JOHNSTON, Robert, SLACK, Administração da Produção – 4º Ed. São Paulo: GEN -Atlas, 2015.				
2. CORRÊA, Carlos A.; CORRÊA, Henrique L. Administração de Produção e Operações - Manufatura e Serviços - 3ª Ed. São Paulo: GEN-Atlas, 2012.				
3. .BRANDON-JONES, Alistair, JOHNSTON, Robert, SLACK, PRINCÍPIOS DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO -1º ED. GEN-Atlas, 2013.				
COMPLEMENTAR:				
1. BALLESTERO-ALVAREZ, Maria Esmeralda. Gestão de Qualidade, Produção e Operações - 2ª Ed. 2012. São Paulo: Atlas, 2012.				
2. MARTINS, Petronio Garcia. LAUGENI, Fernando Piero. Administração da Produção - 3ª Ed. Saraiva, 2015.				
3. KAJEWSKI, Lee; MALHORTA, Manoj; RITZMAN, Larry P. Administração de Produção e Operações . São Paulo: Prentice Hall, 2009.				
4. SILVA, Orlando Roque da; VENANZI, Délvio. Gerenciamento da Produção e Operações . Rio de Janeiro: Ltc, 2013.				
5. CHOPRA , Sunil. MENDL, Peter. Gestão da Cadeia de Suprimentos - Estratégia, Planejamento e Operações - 6ª Ed. Pearson, 2016.				
OBJETIVOS GERAIS				
Proporcionar aos alunos as habilidades técnicas, práticas e conceituais necessárias à tomada de decisão nos diversos níveis de atuação relacionadas à gestão da produção de modo que o conhecimento teórico incorporado ao longo da disciplina possa ser articulado com as outras áreas de gestão, de modo a permitir que o aluno possa compreender os impactos da gestão da produção na organização, a atuação de um gestor de operações e a importância que o setor de produção possui na impulsão da estratégia empresarial por meio de planejamento, controle e melhoria das operações.				
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO				
Parte I – Introdução a Gestão da Produção				
1. ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO				

- 1.1. Administração eficaz da produção.
- 1.2. Produção na organização
- 1.3. Modelo de transformação
- 1.4. Tipos de operações de produção
- 1.5. Tipos de operações de produção
- 1.6. Atividades da Administração da produção
- 1.7. Modelo de Administração da produção
2. PAPEL ESTRATÉGICO E OBJETIVOS DA PRODUÇÃO
- 2.1. Papel da função da produção
- 2.2. Cinco objetivos de desempenho: qualidade, rapidez, confiabilidade, flexibilidade e custo.
3. ESTRATÉGIA DE PRODUÇÃO
- 3.1. O que é estratégia?
- 3.2. Estratégia da produção.
- 3.3. Prioridade de objetivos de desempenho.
- Parte II - Projeto
4. PROJETO EM GESTÃO DA PRODUÇÃO.
- 4.1. O que é projeto?
- 4.2. Os quatro aspectos do projeto
- 4.3. Efeito volume-variedade no projeto
- 4.4. Tipos de processos em manufatura e serviços
5. PROJETO DE PRODUTOS E SERVIÇOS
- 5.1. Vantagem competitiva do bom projeto
- 5.2. O que é projetado em um produto ou serviço?
- 5.3. Geração de um conceito
- 5.4. Projeto preliminar.
- 5.5. Avaliação e melhoria do projeto
- 5.6. Prototipagem e projeto final
6. PROJETO DA REDE DE OPERACOES PRODUTIVAS
- 6.1. Perspectiva da rede
- 6.2. Localização da capacidade
- 6.3. Gestão da capacidade produtiva a longo prazo
7. ARRANJO FÍSICO E FLUXO
- 7.1. Procedimento de arranjo físico
- 7.2. Tipos básicos de arranjo físico
8. TECNOLOGIA DE PROCESSO
- 8.1. O que é tecnologia de processo?
- 8.2. Tecnologia de processamento de materiais
- 8.3. Tecnologia de processamento de informação
- 8.4. Tecnologia de processamento de consumidor
- 8.5. Dimensões de tecnologia
9. PROJETO DE ORGANIZACAO DO TRABALHO
- 9.1. Projeto do trabalho
- 9.2. Divisão de trabalho
- 9.3. Administração científica
- 9.4. Ergonomia
- 9.5. Abordagens comportamentais do projeto do trabalho
- 9.6. Empowerment
- 9.7. Controle versus comprometimento
- 9.8. Tópicos Contemporâneos

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO				
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO SUPERIOR				
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA				
CELSO SUCKOW DA FONSECA				
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO				
DISCIPLINA			CÓDIGO	PERÍODO
Gestão de Pessoas I			GADMVA7419	4º
CRÉDITOS	AULA/SEMANA			CARGA HORÁRIA
4	TEÓRICA	PRÁTICA	ESTÁGIO	80h/a
	4	0	0	
PRÉ-REQUISITOS				

EMENTA				
Introdução à Gestão de Pessoas; Evolução da Gestão de Pessoas; Planejamento estratégico de Recursos Humanos; Mercado de trabalho e mercado de Recursos Humanos; Recrutamento; Seleção; Socialização; Administração de Carreira.				
BIBLIOGRAFIA				
BÁSICA:				
1. CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.				
2. MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Recursos Humanos: Estratégia e Gestão de Pessoas na Sociedade Global, 1 ed.São Paulo: LTC, 2014.				
3. VERGARA, Sylvia Constant, 1936. Gestão de pessoas. 16.ed. São Paulo: Atlas, 2016. 213 p., 28 cm. ISBN 9788597007558.				
COMPLEMENTAR:				
1. AMAL, Andrea (Org.). Gestão de pessoas nas organizações contemporâneas. Rio de Janeiro: LTC, 2014. ISBN 9788521626268				
2. BATALHA, Mário Otávio. Recursos humanos para o agronegócio brasileiro. Brasília, DF: CNPq, 2000. 308 p., il. ISBN (Broch.).				
3. CHIAVENATTO, Idalberto. Remuneração, Benefícios e Relações de Trabalho. São Paulo: Atlas, 2003.				
4. FLEURY, Maria T. L. As Pessoas na Organização. São Paulo: Editora Gente, 2002.				
5. PRAZERES, Héliu Tadeu Cury. Gestão de pessoas na pequena empresa: parte 2. Produção de Maria Aparecida Schettini. Viçosa, MG: UFV, CPT, 2010. pt. 2 . 220 p., il., 23cm.				
OBJETIVOS GERAIS				
Proporcionar ao aluno um conteúdo para que possa avaliar questões de Gestão de Pessoas direcionadas a administração e a processos administrativos, tangibilizando as formações e estruturas de trabalho em geral, no processamento das relações humanísticas, normatizando processos e ações das forças relacionadas a gestão da administração.				
•Evidenciar ao aluno a gestão de estruturas hierárquicas das relações humanas, funcionamento e processos, sejam técnicos, humanos, na aplicação da melhor forma administrativa adaptada à organização.				
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO				
Parte I: Introdução à Gestão de Pessoas				
1.1 Gestão de pessoas num novo cenário;				
1.2 Os diversos significados da administração de Recursos Humanos;				

- 1.3 Pessoas como parceiras da organização;
- 1.4 Objetivos da Gestão de Pessoas;
- 1.5 Estrutura básica da Administração de Recursos Humanos
- Parte 2: Evolução da Gestão de Pessoas**
- 2.1 As eras que influenciaram a Gestão de Pessoas;
- 2.2 Desafios da gestão de Gestão de Pessoas;
- 2.3 Dificuldades básicas da administração de Recursos Humanos.
- Parte 3: Planejamento estratégico de Recursos Humanos**
- 3.1 Ambiente organizacional;
- 3.2 Estratégia organizacional ;
- 3.3 Planejamento estratégico de Recursos Humanos;
- 3.4 Etapas do planejamento estratégico
- Parte 4. Mercado de trabalho e mercado de Recursos Humanos**
- 4.1 Mercado de trabalho;
- 4.2 Mercado de trabalho em oferta;
- 4.3 Mercado de trabalho em procura;
- 4.4 Fatores que influenciam o mercado de trabalho;
- 4.5 Mercado de Recursos Humanos;
- 4.6 Mercado de Recursos Humanos em oferta;
- 4.7 Mercado de Recursos Humanos em procura.
- Parte 5: Recrutamento**
- 5.1 Definição;
- 5.2 O processo de recrutamento;
- 5.3 Tipos de recrutamento;
- 5.3.1 Recrutamento interno e fontes de recrutamento;
- 5.3.2 Recrutamento externo
- 5.3.3 Recrutamento misto
- Parte 6. Seleção**
- 6.1 Definição;
- 6.2 Processo de comparação;
- 6.3 Processo de decisão e escolha;
- 6.4 Modelos de colocação, seleção e classificação de candidatos.
- Parte 7. Técnicas de Seleção**
- 7.1 Definição;
- 7.2 O processo de seleção;
- 7.3 Entrevista;
- 7.4 Provas de conhecimentos ou de capacidades;
- 7.5 Testes psicológicos;
- 7.6 Testes de personalidade;
- 7.7 Técnicas de simulação;
- 7.8 Avaliação dos resultados.
- Parte 8: Socialização Organizacional**
- 8.1 Impactos da cultura organizacional no novo funcionário;
- 8.2 Métodos;
- 8.3 Principais itens de um programa de socialização;
- 8.4 Programa de orientação.
- Parte 9: Administração de Carreiras**
- 9.1 Definição;
- 9.2 Objetivos do planejamento de carreiras;
- 9.3 Vantagens do planejamento de carreiras;
- 9.4 Desenvolvimento de carreiras;
- 9.5 Necessidades da organização;
- 9.6 Necessidades individuais de carreira;
- 9.7 Principais ferramentas da organização.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO				
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO SUPERIOR				
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA				
CELSO SUCKOW DA FONSECA				
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO				
DISCIPLINA			CÓDIGO	PERÍODO
Marketing I			GADMVA7422	4º
CRÉDITOS	AULA/SEMANA			CARGA HORÁRIA
4	TEÓRICA	PRÁTICA	ESTÁGIO	80h/a
	4	0	0	
PRÉ-REQUISITOS				

EMENTA				
Marketing: Conceitos principais – Diferença entre marketing estratégico e tático - Análise ambiental - Planejamento de marketing e estratégia organizacional -Comportamento do consumidor - Comportamento do comprador organizacional – Análise da concorrência – Mensuração da Demanda - Segmentando o mercado – Posicionamento da Oferta – Estratégias de Marketing				
BIBLIOGRAFIA				
BÁSICA:				
1. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing - 14ª Ed. Pearson, 2012. ISBN 9788581430003.				
2. CHURCHILL, Jr. Gilbert A. Marketing: Criando valor para os Clientes . .Editora Saraiva. 2013. ISBN 9788502183599				
3. COBRA, Marcos. Administração de Marketing No Brasil - 4ª Ed. Elsevier – Campus. 2015. ISBN 9788535269666				
COMPLEMENTAR:				
1. KOTLER, Philip. Marketing 3.0 - As Forças Que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado No Ser Humano. Campus, 2010. ISBN 9788535238693				
2. AGUIAR, Maria Aparecida Ferreira de. Psicologia aplicada à Administração: uma abordagem interdisciplinar - Saraiva, 2005. ISBN 9788502050723				
3. STRAUSS, Judy. E-marketing . 6. ed. São Paulo: Pearson, 2012.				
4. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de Serviços - 6ª Ed. Atlas, 2012. I.S.B.N. 9788522469222				
5. LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GUEVARA, Arnoldo Jose de Hoyos. Pesquisa de Marketing . Atlas, 2012. I.S.B.N. 9788522458301.				
OBJETIVOS GERAIS				
Ao final da disciplina o aluno deverá ser capaz:				
- Compreender, explicar, exemplificar, analisar e aplicar os conceitos principais de Marketing;				
- Compreender as diferenças entre os diversos tipos de orientação das empresas;				
- Compreender, explicar, exemplificar, analisar e aplicar os diversos tipos de demandas com as quais o marketing é capaz de trabalhar;				
- Compreender como o Marketing se articula com a estratégia das organizações;				
- Compreender, explicar, exemplificar, analisar e aplicar as variáveis do comportamento do consumidor individual e organizacional;				
- Conhecer os tipos e as variáveis de cada tipo de Ambiente de Marketing, onde é possível encontrar informações sobre os ambientes e como utilizá-las na prática;				

- Saber os diferentes métodos de mensuração de demanda e como aplicá-los;
- Saber como se realiza análise da concorrência;
- Entender o que é, quais os tipos e saber aplicar segmentação de mercado;
- Saber reunir as informações sobre a própria organização, sobre os concorrentes e os diversos segmentos para selecionar o(s) mercado(s)-alvo e realizar posicionamento da oferta;
- Saber como e onde incluir as informações do Marketing Estratégico no plano de marketing da organização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Marketing: criando valor para os clientes

- O que é marketing?
- Quais são as orientações tradicionais do marketing?
- O que é marketing orientado para o valor?
- O que é administração de marketing?

Análise ambiental

- Analisando o ambiente
- O ambiente econômico
- O ambiente político e legal
- O ambiente social
- O ambiente natural
- O ambiente tecnológico
- O ambiente competitivo

Planejamento de marketing e estratégia organizacional

- Planejando a estratégia organizacional
- Analisando o portfólio organizacional
- Marketing e outras áreas funcionais no processo de planejamento estratégico
- Administração da atividade de marketing
- Estimando a demanda
- O processo de pesquisa de marketing
- Aplicando as novas tecnologias
- Considerações éticas
- Pesquisa de marketing global

Comportamento do consumidor

- O processo de compra do consumidor
- Tipos de tomada de decisão dos consumidores
- Influências sociais
- Influências de marketing
- Influências situacionais

Comportamento do comprador organizacional

- Mercados organizacionais
- Principais forças em mercados organizacionais
- O processo de compra organizacional
- Interações com compradores organizacionais

Segmentando o mercado

- A necessidade de segmentação do mercado
- Segmentando mercados de consumo
- Segmentando mercados organizacionais
- O processo de segmentação de mercado

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO

SECRETARIA DA EDUCAÇÃO SUPERIOR

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA				
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO				
DISCIPLINA			CÓDIGO	PERÍODO
Metodologia da Pesquisa			GADMVA7418	4º
CRÉDITOS	AULA/SEMANA			CARGA HORÁRIA
2	TEÓRICA	PRÁTICA	ESTÁGIO	40h/a
	2	0	0	
PRÉ-REQUISITOS				

EMENTA				
Introdução. A evolução da ciência. Abordagens. Linguagem científica. O projeto de pesquisa. Fundamentação teórica da pesquisa. Metodologia da pesquisa. Normas de citação. Estrutura de apresentação dos relatórios científicos. Técnicas de apresentação de seminário..				
BIBLIOGRAFIA				
BÁSICA: 1. KLEIN, A. Z. ;DA SILVA, L. V. Metodologia de pesquisa em administração: uma abordagem prática . Ed. Atlas, 2015 2. CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. Metodologia científica . 6. ed. São Paulo: Pearson : Prentice Hall, 2007. 3. VERGARA, Sylvia Constant. Métodos de Pesquisa em Administração . 5ª edição. Atlas, Rio de Janeiro. 2012.				
COMPLEMENTAR: 1. DEMO, Pedro. Metodologia para quem quer aprender . São Paulo: Atlas, 2008. 2. FLICK, Uwe. Introdução à pesquisa qualitativa . 3ª ed. Porto Alegre: Editora Penso, 2009. 3. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de Metodologia de Pesquisa . 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.. 4. MARTINS, Gilberto de A.; THEÓPHILO, Carlos R. Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas . 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. 5. MICHEL, Maria H. Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos . 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.				
OBJETIVOS GERAIS				
Explicitar questões de pesquisas e metodologia direcionadas a administração e a pesquisa científica em geral, normatizando processos e formas de elaboração de pesquisas, fontes de pesquisas e processos de filtros para pesquisas.				
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO				
A pesquisa científica 1.1. Ciência, conhecimento científico e pesquisa 1.2. As capacidades do pesquisador 1.3. Projetos de estágio, projetos de pesquisa e o TCC 2. Definição do foco de pesquisa 2.1. Identificando o tema de pesquisa 2.2. Definindo o problema de pesquisa 2.3. Estabelecendo objetivos 2.4. Justificando a pesquisa				

3. A revisão da literatura
 - 3.1. Selecionando materiais para leitura
 - 3.2. Elaborando a revisão da literatura
4. Metodologia de pesquisa,
 - 4.1. Delineando a pesquisa
 - 4.1.1. Definição do paradigma de pesquisa
 - 4.1.2. Definição do tipo de pesquisa (quanto aos seus objetivos)
 - 4.1.3. Definição do método de pesquisa
 - 4.2. Escolhendo o método de pesquisa
 - 4.2.1. Estudo de Caso
 - 4.2.2. Pesquisa-Ação
 - 4.2.3. Levantamento (Pesquisa Survey ou porquete)
 - 4.2.4. Pesquisa Experimental
5. Técnicas de coleta e técnicas de análise de dados
 - 5.1. As técnicas de coleta de dados
 - 5.1.1. Documentos
 - 5.1.2. Entrevista
 - 5.1.3. Grupo de foco
 - 5.1.4. Questionário
 - 5.1.5. Observação
 - 5.2. Técnicas de análise dos dados
 - 5.2.1. Análise de dados qualitativos
 - 5.2.2. Análise de dados quantitativos
6. Apresentação da pesquisa,
 - 6.1. Estrutura do projeto de pesquisa
 - 6.2. Estrutura do relatório de pesquisa, monografia ou TCC
 - 6.3 Apresentação oral da pesquisa