



**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE
PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU**

**MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA EMPRESARIAL COM
ÊNFASE EM MARKETING**

SUMÁRIO

I - Dados Gerais	3
II - Justificativas	4
III - Objetivos	4
IV - Matriz Curricular	5
MÓDULO AZUL - ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS	5
MÓDULO VERDE- FERRAMENTAS DE GESTÃO	5
MÓDULO LARANJA- ESTRATÉGIAS DE MARKETING	5
MÓDULO CINZA – CIÊNCIA, PESQUISA E TECNOLOGIA DA ADMINISTRAÇÃO	5
V - Concepção do Programa	6
VI - Coordenador do Curso	6
VII - Carga Horária	6
VIII - Período e Periodicidade.....	6
IX - Conteúdo Programático – Módulos	7
MÓDULO AZUL - ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS	7
MÓDULO VERDE- FERRAMENTAS DE GESTÃO	9
MÓDULO LARANJA - ESTRATÉGIAS DE MARKETING	12
MÓDULO CINZA – CIÊNCIA, PESQUISA E TECNOLOGIA DA ADMINISTRAÇÃO	14
X - Metodologia	15
XI - Sistema de Avaliação	15
XII - Interdisciplinaridade	15
XIII - Atividades Complementares	15
XIV - Cronograma de aulas, horários e locais	Erro! Indicador não definido.
XV - Infra-Estrutura Física	16
XVI - Tecnologia.....	16
XVII - Controle de Frequência	16
XVIII - Trabalho de Conclusão de Curso:	16
XIX - Certificação	Erro! Indicador não definido.
XX - Indicadores de Desempenho.....	Erro! Indicador não definido.
XXI - Relatório Circunstanciado	Erro! Indicador não definido.
XXII - Corpo Docente	Erro! Indicador não definido.
XXIII - Professores Convidados	Erro! Indicador não definido.
PARECERES	Erro! Indicador não definido.

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*

A Portaria MEC nº 328 de 1º de fevereiro de 2005, instituiu o Cadastro de Pós-Graduação *Lato Sensu* a ser administrado pelo INEP. Assim, o cadastro dos cursos de especialização do Grupo Polis Educacional será efetuado pela CEPPG, atendendo ao modelo de Projeto Pedagógico do curso solicitado pelo INEP.

I - Dados Gerais

a. Nome do Curso:

MBA em Gestão Estratégica Empresarial com ênfase em Marketing

b. Nível:

Pós- Graduação – *Lato sensu*

c. Vagas (número mínimo e número máximo):

Mínimo de 15 e máximo de 35 alunos

d. Duração:

18 meses

e. Carga Horária Total:

450 horas

f. Público Alvo:

Gestores ou profissionais que aspirem a cargos executivos e que desejem aprofundar seus conhecimentos em administração e gestão empresarial, e em estratégias de marketing.

g. Critérios de Seleção:

Análise do perfil profissional e aproximação das expectativas do candidato ao projeto pedagógico do curso.

h. Processos de Seleção:

Entrevistas pessoais com a coordenação do curso.

i. Documentos para Matrícula:

Cópia autenticada do diploma de graduação
Cópia simples do RG, CPF e Certidão de nascimento ou casamento.

j. Área a que o curso estará vinculado:

Administração de Empresas

II - Justificativas

O atual contexto em que se insere a sociedade contemporânea leva à premência do estabelecimento de estratégias de negócios, e especificamente de marketing, que visem à conquista de diferencial competitivo pelas organizações que desejam se antecipar às frequentes mudanças. Nesse sentido, o curso prepara o gestor para atuar nesse cenário, capacitando-o a gerir o negócio e a se utilizar estrategicamente das ferramentas de gestão.

III - Objetivos

Desenvolver no discente a visão estratégica de negócios, capacitando-o à eficiência nos processos decisórios, à análise das informações relacionadas à área de negócios, a comunicação interpessoal, planejamento e liderança de equipes, e estratégias de marketing visando a diferenciais competitivos no mercado.

IV - Matriz Curricular

MÓDULO AZUL - ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS		
CARGA-HORÁRIA: 96 horas		
PROFESSOR RESPONSÁVEL: JOSÉ CARLOS ANDRADE GOMES		
DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA	PROFESSOR RESPONSÁVEL
Estratégias Empresariais	30	SERGIO H. MIORIN
Jogos de Negócios	21	JOSÉ CARLOS A GOMES
Projetos de Negócios	24	JOSÉ CARLOS A GOMES
Gestão de Vendas	21	ÉLIO MARTINS

MÓDULO VERDE- FERRAMENTAS DE GESTÃO		
CARGA-HORÁRIA: 117 horas		
PROFESSOR RESPONSÁVEL: CHRISTIANE NOVO BARBATO		
DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA	PROFESSOR RESPONSÁVEL
Direito Empresarial	21	MARIA FERNANDA SATO
Gestão Financeira e Estatística	18	CHRISTIANE NOVO BARBATO
Gestão da Qualidade	15	BENEDITO D. S.CAMARGO JÚNIOR
Noções de Contabilidade para Executivos	18	CRISTIANO BARCELLOS
Gestão de Projetos	21	MARLENE A DE SOUZA E SILVA
Gestão Estratégica de Pessoas	24	ROSELI FILIZATTI

MÓDULO LARANJA- ESTRATÉGIAS DE MARKETING		
CARGA-HORÁRIA: 87 horas		
PROFESSOR RESPONSÁVEL: ROSELI FILIZATTI		
DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA	PROFESSOR
Endomarketing e Marketing Pessoal	15	ROSELI FILIZATTI
Gestão Estratégica de Marketing	24	CRISTIANO BARCELLIS
Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor	24	CHRISTIANE NOVO BARBATO
Gestão do Marketing Digital	24	JOSÉ CARLOS GOMES

MÓDULO CINZA – CIÊNCIA, PESQUISA E TECNOLOGIA DA ADMINISTRAÇÃO		
CARGA-HORÁRIA: 60 horas		
PROFESSOR RESPONSÁVEL: ANA CAROLINA MAIOCHI VENANCIO		
DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA	PROFESSOR
Gestão Estratégica da Informação	15	GEOVANE GOMES FERREIRA
Ética e Responsabilidade Social	15	MARIA FERNANDA SATO
Projetos Multidisciplinares	30	ANA CAROLINA MAIOCHI VENANCIO

O trabalho de conclusão de curso, ao qual são destinadas 90 horas, será desenvolvido pelos alunos, reunidos em grupos de dois a quatro integrantes. O trabalho consiste em busca, análise e resolução de problemas reais e relacionados à gestão de pessoas, levantados em empresas a serem convidadas. Os alunos, durante todo o tempo, serão acompanhados por professores do curso, e devem proceder ao levantamento dos problemas, discussão, investigação e apresentação da solução dos problemas em relatório, com embasamento teórico pertinente, fundamentando as soluções propostas em literatura relevante da área.

V - Concepção do Programa

O curso foi estruturado para atender às necessidades do atual e complexo ambiente de negócios, procurando subsidiar os discentes com as ferramentas necessárias à administração de empresas com foco nas estratégias de marketing, que levam ao diferencial competitivo no mercado.

VI - Coordenador do Curso

a. Nome:

Christiane Novo Barbato

b. Titulações, Instituição que as cursou, ano de conclusão de cada uma:

PÓS-GRADUAÇÃO STRICTU SENSU – DOUTORADO EM EDUCAÇÃO – USF – 2016
 PÓS-GRADUAÇÃO STRICTU SENSU – Mestrado em Ensino (Lógica) – PUC-SP – 1996
 PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU - ESPECIALIZAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E MARKETING – ESAB – 2010
 PÓS-GRADUAÇÃO – MBA PROFISSIONAL EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS – ESAB - 2011
 GRADUAÇÃO – LICENCIATURA EM MATEMÁTICA – FACULDADE TIBIRIÇÁ - 1988

c. Currículo Lattes:

<http://lattes.cnpq.br/4852614106586073>

VII - Carga Horária

Carga Horária Total	450 horas
Carga Horária de aulas teóricas	360 horas
Carga horária de aulas práticas:	0 horas
Carga horária de ensino à distância	0 horas
Carga Horária para TCC	90 horas

VIII - Período e Periodicidade

Data de Início	14 DE MARÇO DE 2016
Período (manha, tarde, noite)	NOITE
Horário:	Segundas-feiras, das 19h às 22h
	Quartas-feiras, das 19h às 22h
Periodicidade:	Todas as segundas e quartas-feiras, com períodos de recesso nos meses de janeiro, julho e dezembro.

IX - Conteúdo Programático – Módulos

MÓDULO AZUL - ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS
CARGA-HORÁRIA: 96 horas
PROFESSOR RESPONSÁVEL: JOSÉ CARLOS GOMES

Disciplina	Estratégias Empresariais
Carga Horária	30 h
Professor	Sergio Miorin
Ementa	O pensamento estratégico, a busca dos objetivos e planos de ação na formulação da estratégia empresarial, mapeamento das estratégias, avaliação, análise ambiental objetivando identificar ameaças e oportunidades em ambiente altamente competitivo. Vantagens competitivas, análises comportamentais e tendências dos mercados, concorrência. Gestão de preços, formação de preço de vendas, tempo de vida do produto e de linha, utilização da margem de contribuição no processo decisório
Bibliografia	DUBOIS, Alexy. Gestão de custos e formação de preços : conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009. FERREIRA, Ademir Antonio et al. Gestão empresarial : de Taylor aos nossos dias evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo - SP: Pioneira, 1999. 256 p. FLEURY, Maria Tereza Leme et al. Estratégias empresariais e formação de competência : um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 2. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2001. 169 p. HANSEN, Don R.;. Gestão de custos : contabilidade e controle. São Paulo - SP: Pioneira, 2003. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Administração estratégica na prática . 6. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2009. 281 p

Disciplina	Jogos de Negócios
Carga Horária	21 horas
Professor	José Carlos Gomes
Ementa	Estratégias e políticas de negócios, análise de riscos e tomadas de decisões, análise ambiental dos <i>stakeholders</i> estudos de caso contemplando as estratégias gerenciais.
Bibliografia	A disciplina utilizará simulações de negócios através de jogos digitais.

Disciplina	Projetos de Negócios
Carga Horária	24 horas
Professor	José Carlos Gomes
Ementa	Conceitos de gestão de negócios; cultura e estrutura organizacionais; estudo de mercado; análise estratégica; análise econômico-financeira; estrutura organizacional; elementos de benchmarks e motivadores; formulação e implantação de estratégias; plano de marketing e plano de negócios. Elaboração de um projeto de negócio.
Bibliografia	CAVALCANTI, Marly. Gestão estratégica de negócios : evolução, cenários, diagnóstico e ação. 2. ed. São Paulo - SP: Thomson Learning, 2011.

	<p>COUTINHO, Andre Ribeiro; KALLAS, David. Gestão da estratégia: experiências e lições de empresas brasileiras. Rio de Janeiro - RJ: Elsevier, 2005.</p> <p>KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. A Estratégia em ação: Balanced Scorecard. 17. ed. Rio de Janeiro - RJ: Campus, 1997.</p> <p>MENEZES, Luis Cesar de Moura. Gestão de projetos. 2. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2003.</p> <p>XAVIER, Carlos Magno da Silva. Gerenciamento de projetos: como definir e controlar e escopo do projeto. 2. ed. São Paulo - SP: Atual, 2009.</p>
--	--

Disciplina	Gestão de Vendas
Carga Horária	21 horas
Palestrante	Élio Martins
Ementa	Conceitos de venda, aspectos atuais, planejamento, estratégias e posicionamento em vendas. Estrutura da força de vendas, políticas de comunicação, análise dos tipos de consumidores, análise ambiental do mercado, ciclo motivacional e remuneração, ferramentas de gestão de vendas.
Bibliografia	<p>BLACK, George. Vendas Técnicas: como preparar pessoas com um grau universitário. São Paulo - SP: Makron Books, 1993.</p> <p>BROOKS, Ian. Seu Cliente Pode Pagar Mais: como valorizar o que voce faz. Sao Paulo: Fundamento Educacional, 2005.</p> <p>FERRACIU, João De Simoni Soderini. Promoção de vendas: na teoria e na pratica. 5. ed. São Paulo - SP: Pearson Education, 2005.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Técnicas de Vendas: como vender e obter bons resultados. 3. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2004.</p> <p>SOUKI, Omar. O Segredo em Vendas: como usar a lei da atração para o seu sucesso em vendas. São Paulo: Elevação, 2007.</p>

MÓDULO VERDE- FERRAMENTAS DE GESTÃO
CARGA-HORÁRIA: 117 horas
PROFESSOR RESPONSÁVEL: CHRISTIANE NOVO BARBATO

Disciplina	Direito Empresarial
Carga Horária	30 horas
Palestrante	Maria Fernanda N Barbato Sato
Ementa	Ética empresarial, ética profissional, direito constitucional, direito comercial, direito do consumidor, relações trabalhistas, terceirização.
Bibliografia	<p>ALVES, Geraldo Magela. Código do consumidor na teoria e na pratica. Belo Horizonte - MG: Del Rey, 2008.</p> <p>BARROSO, Luis Roberto. Curso de Direito Constitucional Contemporâneo: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.</p> <p>BONAVIDES, Paulo. Curso De Direito Constitucional. 19. ed. São Paulo - SP: Malheiros, 2006.</p> <p>DELGADO, Mauricio Godinho. Curso de Direito do Trabalho. São Paulo: Ltr, 2002.</p> <p>FILOMENO, Jose Geraldo Brito. Curso fundamental de Direito do Consumidor. 2. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2008.</p> <p>LEIRIA, Jeronimo Souto. Gerenciamento de contratos: como contratar e gerenciar bens e servicos. Porto Alegre - RS: CLT, 1993.</p> <p>NEGRAO, Ricardo. Manual de direito comercial e de empresa v. 1. São Paulo - SP: Saraiva, 2010.</p> <p>PALMEIRA SOBRINHO, Zeu. Terceirização e reestruturação produtiva. São Paulo - SP: Ltr, 2008.</p> <p>PRATA, Marcelo Rodrigues. Anatomia do assedio moral do trabalho: uma abordagem disciplinar. São Paulo - SP: Ltr, 2008.</p> <p>TAVARES, Andre Ramos. Curso de Direito Constitucional. 4. ed. São Paulo - SP: Saraiva, 2006.</p> <p>THOME, Candy Florencio. Assédio moral nas relações de emprego. São Paulo - SP: Ltr, 2008.</p>

Disciplina	Gestão Financeira e Estatística
Carga Horária	18 h
Palestrante	Christiane Novo Barbato
Ementa	Matemática Financeira: Juros simples, Juros compostos, Pmt. Administração Financeira: Análise de Projeto através do PRI – TIR – VPL; Elaboração do fluxo de Caixa (financeiro); Desconto de Títulos, Aplicações, Empréstimos; Ponto de Equilíbrio, Elementos da Estatística Descritiva.
Bibliografia	<p>CASTELO BRANCO, Anísio Costa. Matemática financeira aplicada: métodos algébricos, hp - 12C, Microsoft Excel. 3. ed. São Paulo - SP: Cengage Learning, 2010.</p> <p>MORETTIN, Pedro Alberto; BUSSAB, Wilton O. Estatística básica. São Paulo - SP: Saraiva, 2004.</p> <p>PILAO, Nilvaldo Elias et al. Matemática financeira e engenharia econômica: a teoria e a pratica da análise de projetos de investimento. São Paulo - SP: Cengage Learning, 2010.</p> <p>TOSI, Armando Jose. Matemática financeira com utilização da HP-12C. 2. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2009.</p> <p>VIRGILLITO, Salvatore Benito. Estatística aplicada à Administração. São Paulo - SP: Pearson, 2008.</p>

Disciplina	Contabilidade para Executivos
Carga Horária	18 h
Palestrante	Cristiano Rodrigues Barcellos
Ementa	Conceitos e fundamentos da Contabilidade, demonstrações contábeis, participações societárias, patrimônio, contas, escrituração, balancetes, regimes contábeis e apuração de resultados, análise econômico-financeira, patrimônio, contas, escrituração, balancetes, regimes contábeis, operações financeiras, folha de pagamento e a utilização gerencial dos relatórios contábeis. Interpretação dos demonstrativos de resultados, análise de custo, volume e lucro: ponto de equilíbrio e lucro. Custo direto. Custo padrão e suas implicações no controle das empresas.
Bibliografia	<p>ALVES, Revson Vasconcelos. Contabilidade gerencial: livro-texto com exemplos, estudos de caso e atividades práticas. São Paulo - SP: Atlas, 2013.</p> <p>DUBOIS, Alexy. Gestão de Custos e Formação de Preços: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>HANSEN, Don R.; Hansen, Don R. Gestão de custos: contabilidade e controle. São Paulo - SP: Pioneira, 2003</p> <p>MARION, Jose Carlos et al. Curso de contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito, engenharia. 2. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2000.</p> <p>MULLER, Aderbal Nicolas. Contabilidade básica: fundamentos essenciais. Barueri - SP: Pearson Prentice Hall, 2007.</p>

Disciplina	Gestão da Qualidade
Carga Horária	15 horas
Professor	Benedito Décio da Silveira Camargo Júnior
Ementa	Elementos da Qualidade, normas ISSO, padronização e melhoria, gerenciamento da qualidade e métodos de Gestão.
Bibliografia	FERNANDES, Eda Conte. Qualidade de Vida no Trabalho . Salvador, Bahia: Casa da Qualidade, 1996 LIMOGE-FRANÇA, Ana Cristina. Qualidade de Vida no Trabalho . São Paulo: Atlas, 2004. MARSHALL JUNIOR, Isnard et al. Gestão da Qualidade . 9. ed. Rio de Janeiro - RJ: Fundacao Getulio Vargas, 2008. ROSA, Derval dos Santos; PANTANO FILHO, Rubens; IRIAS, Luiz Jose Maria. Desenvolvimento Sustentável . Itatiba - SP: Padrão, 2008. SOUZA, Luis Claudio Paiva De; FONTES, Carlos Eduardo Mazzucco. Qualidade De Vida No Trabalho: Saúde Emocional e Gestão Estratégica . 2. ed. São Paulo - SP: Edicon, 2010.

Disciplina	Gestão de Projetos
Carga Horária	21 horas
Palestrante	Marlene Aparecida Souza e Silva
Ementa	Fundamentos da Gestão de Projetos, fases e ciclo de vida de projetos, gerenciamento de <i>Stakeholders</i> ; os processos de gestão de projeto, estrutura para gerenciamento de projetos e níveis de maturidade.
Bibliografia	CASAROTTO FILHO, Nelson. Elaboração de projetos empresariais: análise estratégica, estudo de viabilidade e plano de negócio . São Paulo - SP: Atlas, 2010. HELDMAN, Kim. Gerência de projetos - fundamentos: um guia prático para quem quer certificação em gerência de projetos . Rio de Janeiro - RJ: Elsevier, 2005. KERZNER, Harold. Gestão de projetos: as melhores práticas . 2. ed. Porto Alegre - RS: Bookman, 2006. MENEZES, Luis Cesar de Moura. Gestão de projetos . 2. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2003. XAVIER, Carlos Magno da Silva. Gerenciamento de projetos: como definir e controlar e escopo do projeto . 2. ed. São Paulo - SP: Atual, 2009.

MÓDULO LARANJA - ESTRATÉGIAS DE MARKETING
--

CARGA-HORÁRIA: 87 horas

PROFESSOR RESPONSÁVEL: ROSELI FILIZATTI
--

Disciplina	Endomarketing e Marketing Pessoal
Carga Horária	15 horas
Professor	Roseli Filizatti
Ementa	A comunicação interna nas organizações como instrumento de relacionamento com clientes e as ferramentas adequadas a cada público interno; os conceitos de endomarketing como diferencial competitivo nas organizações e a colaboração do Marketing Pessoal ao desenvolvimento e à conquista de resultados positivos para o colaborador e para a organização.
Bibliografia	BEKIN, Saul Faingaus. Endomarketing : como praticá-lo com sucesso. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. BEKIN, Saul Faingaus. Conversando sobre endomarketing . São Paulo - SP: Makron Books, 1995. BORDIN, Sady. Marketing pessoal : 100 dicas para valorizar a sua imagem. 14. ed. Rio de Janeiro - RJ: Record, 2009. KANAANE, Roberto. Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI . 2. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2009. POLÍTICAS de comunicação corporativa. São Paulo - SP: COM-ARTE, 2005.

Disciplina	Gestão Estratégica de Marketing
Carga Horária	30 horas
Professor	Cristiano Rodrigues Barcellos
Ementa	Os elementos de natureza gerencial de Marketing e o planejamento integrado do composto de marketing. Produtos, marcas e serviços. Estratégias de distribuição, de comunicação e promoções. Conceito de preço e análises de custo.
Bibliografia	FERREIRA, Ademir Antonio et al. Gestão empresarial: de Taylor aos Nossos dias- evolução e tendências da moderna administração de empresas . São Paulo - SP: Pioneira, 1999. GESTÃO empresarial: ESTRATÉGIAS DE MARKETING. São Paulo - SP: Atlas, 2003. KEEGAN, Warren J.; GREEN, Mark C. Princípios de Marketing Global . São Paulo - SP: Saraiva, 2003 KOTLER, Philip. Administração de Marketing : a bíblia do marketing. 12. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2006. KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing . 9. ed. São Paulo - SP: Prentice Hall, 2005. SCHOOL, Fae Business; SCHOOL, Fae Business. Coleção Gestão Empresarial: Padrão , 2002.

Disciplina	Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor
Carga Horária	24 horas
Professor	Christiane Novo Barbato
Ementa	O comportamento do consumidor e a Pesquisa de Mercado como estratégias de negócios, com vistas ao estabelecimento de diferencial competitivo da organização.
Bibliografia	BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James. Comportamento do consumidor . 8. ed. Rio de Janeiro - RJ: Ltc, 2000. GIGLIO, Ernesto M. O Comportamento do consumidor . 2. ed. São Paulo - SP: Pioneira, 2003. MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing: edição compacta . 3. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2001. OSBORNE, Elsie et al. Pesquisa de marketing . São Paulo - SP: Pioneira, 2003. SAMARA, Beatriz Santos et al. Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia . 3. ed. São Paulo - SP: Prentice Hall, 2002.

Disciplina	Gestão do Marketing Digital
Carga Horária	24 horas
Palestrante	José Carlos Gomes
Ementa	Conceitos sobre marketing e marketing digital: evolução e história; Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor no ambiente virtual. E-commerce, e-mail marketing, gestão das mídias sociais, marketing nos buscadores, marketing viral; Flash mob; negócios digitais: modelos e gestão.
Bibliografia	COMUNICACAO INTEGRADA DE MARKETING: modelo pratico para um plano criativo e inovador. São Paulo: Prentice Hall, 2002. FIORE, Frank. E-marketing estratégico. São Paulo - SP: Makron Books, 2001. HARA, Celso Minoru. A influência do marketing no consumo. Campinas - SP: Alinea, 2003. KOTLER, Philip. Administração de marketing: a bíblia do marketing. 12. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2000. VAZ, Conrado Adolpho. OS 8 Ps do Marketing Digital: o seu guia estratégico de marketing digital. São Paulo - SP: Novatec, 2011

MÓDULO CINZA – CIÊNCIA, PESQUISA E TECNOLOGIA DA ADMINISTRAÇÃO
CARGA-HORÁRIA: 60 horas
PROFESSOR RESPONSÁVEL: ANA CAROLINA B MAIOCHI VENANCIO

Disciplina	Gestão Estratégica da Informação
Carga Horária	15 horas
Professor	José Carlos Andrade Gomes
Ementa	Informação e conhecimento; fluxos de informação e de conhecimento; tecnologias da informação e da comunicação; armazenamento e compartilhamento da informação; utilização da informação.
Bibliografia	<p>ALVARENGA NETO, Rivadavia Correa Drummond de., Gestão do conhecimento em organizações: proposta de mapeamento conceitual integrativo. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>FAYARD, Pierre. O Inovador modelo japonês de gestão do conhecimento. Porto Alegre - RS: Bookman, 2010.</p> <p>FLEURY, Maria Tereza Leme; OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda. Gestão estratégica do conhecimento: integrando aprendizagem, conhecimento e competências. São Paulo - SP: Atlas, 200</p> <p>ROSINI, Alessandro Marco; PALMISANO, Agnelo. Administração de sistemas de informação: e a gestão do conhecimento. São Paulo - SP: Pioneira, 2003.</p> <p>TAKEUCHI, Hirotaka. Gestão do conhecimento. Porto Alegre - RS: Bookman, 2008.</p>

Disciplina	Ética e Responsabilidade Social
Carga Horária	15 horas
Docente	Maria Fernanda Sato
Ementa	Ética nas organizações Privadas. Ética nas organizações públicas. Ética e política. Ética e cenários estratégicos. Gestão da Ética, Ética Empresarial, Competências, Instrumentos da Gestão Ética. Avaliação ética, Responsabilidade social.
Bibliografia	<p>ASHLEY, Patrícia Almeida. Ética e responsabilidade social nos negócios. 2. ed.. São Paulo - SP: Saraiva, 2005.</p> <p>HARVARD Business Review. Ética e responsabilidade social nas empresas. 4.ed. Rio de Janeiro - RJ: Elsevier : Campus, 2005.</p> <p>MOREIRA, Joaquim Manhães. A ética empresarial no Brasil. São Paulo: Pioneira, 1999.</p> <p>PACHI, Fernando et al. Conceitos básicos e indicadores de responsabilidade social empresarial. 3. ed.. São Paulo - SP: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 2005.</p> <p>PONCHIROLLI, Osmar. Ética e responsabilidade social empresarial. Curitiba - PR: Juruá Editora, 2011.</p> <p>SEBRAE. Responsabilidade Social: nas micros e pequenas empresas do Estado de São Paulo. São Paulo: Sebrae, 2005.</p> <p>SUNG, Jung Mo et al. Conversando sobre ética e sociedade. 8. ed.. Petrópolis - RJ: Vozes, 2000.</p>

Disciplina	Projetos Multidisciplinares
Carga Horária	30 horas
Docente	Ana Carolina Maiochi Venancio
Ementa	A disciplina baseia-se na metodologia ativa denominada PBL e aborda o estudo de um caso hipotético, através do qual o conhecimento construído no decorrer do curso, nas diversas disciplinas, é aplicado na resolução do caso.
Bibliografia	<p>KERLING, Fred Nichols. Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual. São Paulo - SP: E.P.U., 2003.</p> <p>MARTINS, Gilberto De Andrade. Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso. São Paulo - SP: Atlas, 2000.</p> <p>NORMAS da ABNT - Citações e Referências Bibliográficas. Disponível em <http://www.leffa.pro.br/textos/abnt.htm>. Acesso em 31 de julho de 2010.</p> <p>OLIVEIRA, Maria Marly de. Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2005.</p> <p>PARANÁ, Universidade Federal do. Teses, dissertações, monografias e trabalhos acadêmicos. Curitiba - PR: UFPR, 2002.</p> <p>S.A, Você; LEME, Marcia Cruz Noboa; LEIGH, Andrew. Como fazer propostas e relatórios. São Paulo - SP: Nobel, 2000.</p> <p>VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 4. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2003.</p>

X - Metodologia

Aulas presenciais, interativas, nas quais privilegia-se a troca de experiências entre os discentes e entre esses e o docente.

Os estudos de caso são utilizados para aproximar teoria e prática.

Dinâmicas são utilizadas para que o pós-graduando estabeleça relação entre o que vivencia na sala de aula e as situações cotidianas que podem carecer de reflexão, sem a interferência de insights externos.

XI - Sistema de Avaliação

Os alunos serão avaliados em cada uma das disciplinas (temas), através de trabalhos, participação ou provas, individuais ou em grupo. Privilegiar-se-á a multiplicidade de instrumentos durante o curso.

XII - Interdisciplinaridade

A interdisciplinaridade acontecerá durante as aulas, nos estudos de caso, já que a realidade trazida se estende a diversas áreas do saber.

De modo destacado, a interdisciplinaridade ocorrerá na disciplina projetos multidisciplinares, que ocorrerá durante a maior parte do tempo do curso, estabelecendo relações entre os diversos campos do conhecimento.

XIII - Atividades Complementares

Não há

XV - Infraestrutura Física

Sala climatizada,

XVI - Tecnologia

Data-show; caixas de som; notebook

XVII - Controle de Frequência

Frequência mínima exigida: 75% da carga total do curso Forma de controle: folha de frequência

XVIII - Trabalho de Conclusão de Curso:

90 horas destinadas ao desenvolvimento de relatório de estudo de caso real, solucionando problemas existentes levantados em empresas a região. O acompanhamento será realizado por professores do curso, indicados pela coordenação, presencialmente ou a distância, conforme necessidade apontada pelo professor orientador. Ao final do trabalho, o aluno ou grupo de alunos apresentará a solução encontrada sob forma de relatório que, se aprovado, será enviado à empresa que sediou o estudo; deverá, ainda, apresentar os resultados encontrados oralmente, para banca de professores a ser composta pela coordenação do curso.