Disciplina **2515G-04 ECONOMIA**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **de 2017/1 à 2020/2**

Curso : Adm. L. F. em Administração de Empresas; Adm. L. F. em Inovação e Empreendedorismo; Adm. L. F. em Liderança e Negociação; Adm. L. F. em Markeitng; Adm. L. F. em Negócios Internacionais; Adm. L. F. em Operações e Serviços; Ciências Contábeis L. F. em Controladoria e Tributos; Ciências Econômicas L. F. em Finanças.

1 EMENTA

Estudo de conceitos básicos da Economia. Oferta e demanda. Funcionamento dos mercados. Estruturas de mercado. Entendimento de questões macroeconômicas elementares. Introdução à política econômica.

2 OBJETIVO

Apresentar os conceitos mais fundamentais da Economia, cobrindo aspectos da Microeconomia e Macroeconomia, além de uma abordagem introdutória sobre Políticas Econômicas. Fornecer aos alunos noções econômicas básicas para a compreensão do funcionamento dos mercados, da economia nacional e internacional e da atuação do Governo.

3 PROGRAMA

1.Forças de mercado: oferta e demanda.

2.Elasticidades e sua aplicação.

3.Oferta e demanda nas políticas de Governo.

4.Estruturas de mercado.

5.Medidas de atividade econômicas.

6.Inflação.

7.Políticas Monetária e Fiscal.

8.Câmbio, Balanço de Pagamentos e Comércio Exterior.

9.Conjuntura Econômica básica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:
1 - MANKIW, N. G. Introdução à Economia. São Paulo: CENGAGE Learning, 2010.
2 - SAMUELSON, Paul A.; NORDHAUS, W.D. Economia. 19ª Ed. AMGH Editora Ltda, 2012.
3 - ROSSETTI, J.P. Introdução à Economia. São Paulo: Atlas, 2006.

Bibliografia Complementar:
1 - MANKIW, N. G. Princípios de Macroeconomia. 6ª Ed. São Paulo: Cengage do Brasil, 2013.
2 - MANKIW, N. G. Princípios de Microeconomia. 6ª Ed. São Paulo: Cengage do Brasil, 2013.
3 - GREMAUD, A. P.; VASCONCELLOS, M. A. A.; JUNIOR, R. T. Economia Brasileira Contemporânea. 8ª Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2016.
4 - PINHO, D.B.; VASCONCELLOS, M.A.S.(Org.). Manual de Economia - Equipe de professores da USP. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
5 - BRASIL. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA. Megatendências Mundiais 2030. Marcial, Elaine C. (org.) - Brasília: IPEA, 2015. Disponível em: http://agencia.ipea.gov.br/images/stories/PDFs/livros/livros/151013_megatendencias_mundiais_2030.pdf

Disciplina **2517L-02 ANÁLISE DE CENÁRIOS ECONÔMICOS**

Créditos : **2** Carga Horária: **30** Vigência: **de 2018/1 à 2020/2**

Curso : ADMINISTRAÇÃO - LF EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS; ADMINISTRAÇÃO - LF EM LIDERANÇA E GESTÃO DE PESSOAS; ADMINISTRAÇÃO - LF EM MARKETING; ADMINISTRAÇÃO - LF EM NEGÓCIOS INTERNACIONAIS; CIÊNCIAS CONTÁBEIS - LF CONTROLADORIA E TRIBUTOS.

1 EMENTA

Estudo de cenários macroeconômicos nacionais e internacionais para fundamentar a análise de setores e atividades econômicas empresariais e institucionais por meio de indicadores, sistemas e políticas econômicas contemporâneas e recentes.

2 OBJETIVO

O presente curso pretende oferecer uma visão da conjuntura econômica brasileira a partir dos anos 80 até os dias atuais. Para tanto, o curso apresenta, também, tópicos relacionados ao ambiente econômico internacional, úteis a compreensão da inserção da economia brasileira numa economia mundial globalizada.

3 PROGRAMA

3.1. Atualização de ativos.

3.2. Análise de conjuntura da economia Internacional.

3.3. Análise de conjuntura da economia brasileira.

3.4. Análise de conjuntura da economia gaúcha.

3.5. Política monetária.

3.6. Política Fiscal.

3.7. Finanças Públicas estaduais.

3.8. Balanço de pagamentos.

3.9. Economia Internacional- China.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Básica:
FEIJO, C.A. et alii. Para entender a conjuntura. São Paulo, Ed.: Minha editora, 2010.
VASCONCELLOS, Marco Antônio S de, GREMAUD, Amaury, TONETO JR, Rudnei . Economia Brasileira Contemporânea. São Paulo, Ed.: Atlas, 2007.
VASCONCELLOS, Marco Antônio S de, GARCIA, M.E.Fundamentos de Economia. São Paulo, Ed.: Saraiva, 5ª edição, 2014.

Complementar:
BAUMANN, Renato. O Brasil e a Economia Global. Rio de Janeiro. Editora Campus, 1996.
BAUMANN, Renato. O Brasil nos anos 1990: uma economia em transição. Rio de Janeiro: Ed. Campus. 2001.
GOUVÊA, Raul. SANTOS, Tharciso Bierrenbach de S. Uma estratégia de internacionalização: as multinacionais brasileiras. Revista de Economia & Relações Internacionais, vol.3(5), jul.2004.
KUPFER , D. e HASENCLEVER, L.. Economia Industrial. Rio de janeiro: Ed. Campus, 2002.
TIGRE, P.B. Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro : Elsevier, 2006. Cap.9.

Disciplina **2533P-04 RACIOCÍNIO LÓGICO E ANALÍTICO**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **de 2017/1 à 2020/2**

Curso : Adm. L. F. em Administração de Empresas; Adm. L. F. em Inovação e Empreendedorismo; Adm. L. F. em Liderança e Negociação; Adm. L. F. em Markeitng; Adm. L. F. em Negócios Internacionais; Adm. L. F. em Operações e Serviços; Ciências Contábeis L. F. em Controladoria e Tributos; Ciências Econômicas L. F. em Finanças.

1 EMENTA

Lógica proposicional. Teoria dos conjuntos. Cálculo proposicional e de predicados. Raciocínio lógico aplicado a Administração, Contabilidade e Economia. Suposições, inferências e argumentos. Raciocínio analítico aplicado a Administração, Contabilidade e Economia.

2 OBJETIVO

Preparar o aluno para raciocinar, analisar e argumentar de forma lógica e coerente, através da apresentação das técnicas existentes e da prática de seus usos.

3 PROGRAMA

3.1. Teoria dos Conjuntos.

3.2. Cálculo proposicional;
3.2.1. Operações Lógicas;
3.2.2. Tabelas-verdade.

3.3. Tautologias.;
3.3.1. Contradições;
3.3.2. Equivalência e implicação lógicas.

3.4. Princípio da argumentação lógica;
3.4.1. Dedução, indução, analogia.

3.5. Argumentos dedutivos válidos;
3.5.1. Sofisma ou falácias.

3.6. Avaliação e validação de argumentos dedutivos. Inferências;
3.6.1. Regras de inferência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia básica:
CARNIELLI, Walter. Pensamento crítico. 3 ed. São Paulo:Rideel, 2011.
NAVEGA, Sergio. Pensamento crítico e argumentação sólida. São Paulo:Intelliwise, 2005.
QUILELLI, Paulo. Raciocínio lógico matemático para concursos. 3 ed. São Paulo:Saraiva, EDIÇÃO ONLINE.

Bibliografia complementar:
CITELLI, Adilson. O texto argumentativo. São Paulo:Scipione, 2002.
DALVI, Fernando. Raciocínio lógico descomplicado. Rio de Janeiro:Ciência Moderna, 2009.
LOCIKS, Júlio. Raciocínio lógico e matemático. Brasília:Vest-Com, 1998.
MACHADO, Nilson. Lógica e linguagem cotidiana. 2 ed. Belo Horizonte:Autêntica, 2008.
VILLAR, Bruno. Raciocínio lógico facilitado. 4 ed. Método, EDIÇÃO ONLINE.

Disciplina **2533Q-04 CONTABILIDADE**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **de 2017/1 à 2020/2**

Curso : Adm. L. F. em Administração de Empresas; Adm. L. F. em Inovação e Empreendedorismo; Adm. L. F. em Liderança e Negociação; Adm. L. F. em Markeitng; Adm. L. F. em Negócios Internacionais; Adm. L. F. em Operações e Serviços; Ciências Contábeis L. F. em Controladoria e Tributos; Ciências Econômicas L. F. em Finanças.

1 EMENTA

A disciplina visa ao conhecimento dos princípios fundamentais de contabilidade. Convenções contábeis. Estática e dinâmica patrimonial. Fatos contábeis. Procedimentos contábeis. Contas, livro diário e razão. Método das partidas dobradas, mecanismos do débito e crédito. Lançamentos. Escrituração. Sistemas Contábeis. Da utilidade das Demonstrações Contábeis como meio de avaliação e controle da gestão organizacional.

2 OBJETIVO

Possibilitar ao discente visualizar a formação do patrimônio das entidades, as origens e aplicações dos recursos e a estrutura legal das principais peças contábeis, objetivandoa obtenção de informações úteis para a "tomada de decisões".

3 PROGRAMA

3.1. CONTABILIDADE
3.1.1 - Histórico da contabilidade.
3.1.2 - Conceitos, objetivos e campo de aplicação.
3.1.3 - Interessados nas informações contábeis.
3.1.4 - Formação do patrimônio: bens, direitos, obrigações e patrimônio líquido.
3.1.5 - Balanço e a equação fundamental do patrimônio.
3.1.6 - O capital nominal, próprio e de terceiros.
3.1.7 - Demonstrações financeiras e exercícios sociais.
3.1.8 - Balanço patrimonial: grupos de contas, ativo e passivo.

3.2. BALANÇO PATRIMONIAL (BP)
3.2.1 - Exercício social.
3.2.2 - Estrutura legal.
3.2.3 - Grupo de contas.
3.2.4 - Estrutura do balanço patrimonial, com apuração do resultado.

3.3. DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)
3.3.1 - Exercício social.

3.3.2 - Estrutura legal.
3.3.3 - Grupo de contas.
3.3.4 - Apuração da demonstração do resultado do exercício.
3.3.5 - Fechamento do balanço patrimonial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Básica:
IUDICIBUS, Sergio de. Teoria da Contabilidade, - 11 ed.- São Paulo: Atlas, 2015;
MARION, José Carlos. Contabilidade Básica, - 11 ed. - São Paulo: Atlas, 2015;
MOURA, Osni Ribeiro. Contabilidade Básica, - 29 ed. - São Paulo: Saraiva, 2015

Complementar:
ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. Curso de Contabilidade Introdutória em IFRS e CPC, 1 ed.- São Paulo: Atlas, 2014;
IUDÍCIBUS, Sérgio de. MARTINS,Eliseu. KANITZ,Stephen Charles - Contabilidade Introdutória. 11ªEd. - São Paulo: Atlas, 2010;
PADOVEZE, Clovis Luis. Manual de Contabilidade Básica, 9 ed. - São Paulo: Atlas, 2014;
RODRIGO, Fernanda Fernandes e SILVA, Cesar A. Tiburcio. Curso de Contabilidade Básica V1, - 1 ed. São Paulo, 2015;
SANTOS, José Luiz dos, e SCHMITT, Paulo, - Introdução à Contabilidade - 2 ed. - São Paulo: Atlas, 2011.

Disciplina **2542U-04 COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina aborda os elementos fundamentais capazes de explicar o comportamento dos indivíduos, dos grupos e das organizações sociais no contexto da administração. Ela busca, através da apresentação de pesquisas, exemplos e conceitos, proporcionar orientações práticas de como liderar pessoas, melhorar o funcionamento das equipes e aumentar o desempenho organizacional.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de compreender os diferentes fatores relacionados ao comportamento dos indivíduos, dos grupos e das organizações sociais no contexto da administração. O aluno também deverá desenvolver habilidades e adotar as atitudes necessárias para liderar pessoas, trabalhar em equipes e melhorar o desempenho organizacional.

3 PROGRAMA

3.1. Introdução ao comportamento organizacional:
O campo do estudo do comportamento organizacional. Objetivos do estudo do comportamento organizacional. Desafios e oportunidades no campo do comportamento organizacional

3.2. Fundamentos do comportamento individual:
Valores, atitudes, percepção, aprendizagem, personalidade e emoções.

3.3. Motivação:
O que é motivação? Teorias antigas e contemporâneas sobre motivação. Limites culturais. Aplicações das teorias da motivação (administração por objetivos, modificação do comportamento, reconhecimento e remuneração, etc.)

3.4. Tomada de decisões individual:
Como as decisões devem ser tomadas. Como elas de fato são tomadas (racionalidade limitada). A ética no processo decisório.

3.5. Fundamento dos grupos e trabalho em equipe:
Definição e classificação dos grupos. Conceitos básicos sobre os grupos. A importação da adoção do trabalho em equipe. Diferenças entre grupos e equipes. Tipos de equipes, criação de equipes eficazes. Formação de membros de equipe.

3.6. Comunicação:
As funções e o processo de comunicação. A comunicação interpessoal e organizacional. Barreiras a comunicação eficaz. Comunicação multicultural e ética na comunicação.

3.7. Liderança:
O que é liderança? As teorias dos traços. Teorias comportamentais. Teorias contingenciais. Liderança carismática, visionária e o líder de equipes. Confinaça e liderança.

3.8. Poder e Política:
Definição de poder. Comparando poder e liderança. As bases do poder. Dependência, coalizões, etc. Poder e assédio sexual. Política: o poder em ação.

3.9. Conflito e Negociação:
Definição de conflito. Conflito funcional versus conflito disfuncional. O processo do conflito. Negociação e administração de conflitos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:
ROBBINS, Stephen P. Fundamentos do Comportamento Organizacional. 7ª Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
ROBBINS, Stephen P. Comportamento Organizacional. 11ª Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

Bibliografia Complementar:
BOWDITCH, J. e BUONO, A. Elementos de comportamento organizacional. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
CHIAVENATO, I. Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
COHEN, A. e FINK, S. Comportamento organizacional: conceitos e estudos de caso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
DUBRIN, A. Fundamentos do comportamento organizacional. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
JOHNSON, D. e JOHNSON, F. Joining together: group theory and group skills. Boston: Allyn and Bacon, 1997.
SCHERMERHORN, J.; HUNT, J. e OSBORN, R. Fundamentos de comportamento organizacional. Porto Alegre: Bookman, 1999.
WAGNER III, J. e HOLLENBECK, J. Comportamento organizacional. São Paulo: Saraiva, 1999.

Disciplina **2544X-04 ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **de 2009/1 à 2020/2**

Curso : Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina aborda os principais conceitos, teorias e pesquisas relacionadas à administração de pessoas, analisando as práticas adotadas por organizações bem-sucedidas no gerenciamento de sua força de trabalho. Ela também enfoca as políticas e procedimentos adotados nos diferentes subsistemas de recursos humanos, assim como procura discutir os impactos das últimas tendências nesta área da administração.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de compreender a dinâmica do processo da área de recursos humanos bem como aplicar os princípios teóricos do conteúdo programático da disciplina.

3 PROGRAMA

3.1. Gestão de pessoas - uma visão sistêmica:
3.1.1. Evolução histórica e Objetivos da Gestão de Pessoas;
3.1.2. Posicionamento estratégico - um novo papel;
3.1.3. Os subsistemas e suas inter-relações.

3.2. Gestão do recrutamento e seleção:
3.2.1. Conceitos e aplicações;
3.2.2. Análise dos perfis dos cargos;
3.2.3. Análise do mercado de trabalho;
3.2.4. Fontes de recrutamento;
3.2.5. O processo seletivo;
3.2.6. Reflexos na rotatividade de pessoal e absenteísmo.

3.3. Gestão do treinamento, desenvolvimento e educação corporativa:
3.3.1. Conceitos e objetivos;
3.3.2. O processo de capacitação nos diferentes níveis organizacionais;
3.3.3. Educação à distância;
3.3.4. Gestão do conhecimento;
3.3.5. Desenvolvendo competências.

3.4. Gestão da remuneração:
3.4.1. Gestão da remuneração - elementos e características;
3.4.2. Desenho de cargos (descrição, análise, avaliação e classificação);
3.4.3. Estabelecendo as políticas de remuneração e pesquisas salariais;
3.4.4. Gestão de salários;
3.4.5. Benefícios Sociais e Programas de Incentivo;
3.4.6. Gestão de Carreiras.

3.5. Avaliação de desempenho:
3.5.1. Conceitos e objetivos;
3.5.2. Procedimentos de avaliação;
3.5.3. Análise de conduta e potencial;
3.5.4. Relacionamento entre desempenho e contribuição individual.

3.6. Higiene, segurança e qualidade de vida no trabalho:
3.6.1. Segurança e saúde ocupacional;
3.6.2. Prevenção de acidentes;
3.6.3. Programas de Qualidade de Vida no Trabalho.

3.7. Relações de trabalho:
3.7.1. Indicadores para gestão de pessoas;
3.7.2. Gestão dos desligamentos e planos de demissões voluntárias;
3.7.3. Sindicalismo e negociação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:
BOHLANDER, George; SNELL, Scott A.; SHERMAN, Arthur. Administração de Recursos Humanos. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003.
CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro, Campus, 2.ed., 2005.
MARRAS, Jean Pierre. Administração de Recursos Humanos. São Paulo, Futura, 2000.
SHERMAN, Arthur. Administração de Recursos Humanos. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003.

Bibliografia Complementar:
BOOG, Gustavo. Manual de Treinamento e Desenvolvimento. Rio de Janeiro, Makron, 3 ed.
HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori ; TEIXEIRA , Maria Luisa Mendes; ZACARELLI, Laura Menegon (org.). Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders. 2.ed. São Paulo, Saraiva, 2008.
LACOMBE, Francisco. Recursos Humanos: princípios e tendências. São Paulo, Saraiva, 2005.
OLIVEIRA, Aristeu. Manual de prática trabalhista. São Paulo, Atlas, 2005.
WOOD JR, Thomas; PICARELLI FILHO. Remuneração e carreira por habilidades e por competências. São Paulo, Atlas, 2004.

Disciplina **254AD-04 ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS E LOGÍSTICA**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - L.F. em Administração de Empresas; Adm. - L.F. em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - L.F. em Marketing; Adm. - L.F. em Comércio Internacional; Adm. - L.F. em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A abordagem logística da disciplina engloba o planejamento, a coordenação e o controle do fluxo de materiais e de informações entre os diversos componentes da cadeia de suprimentos, até o consumidor final. A administração clássica de materiais visa dispor dos materiais necessários no momento apropriado e no lugar certo, ao menor custo global para a empresa.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina o aluno deverá ser capaz de compreender o papel da administração de materiais (em uma abordagem logística) na empresa. Igualmente, deverá dispor de conceitos e técnicas que constituem elementos básicos para a gestão de estoques e compras, do manuseio e da armazenagem de materiais, dispondo de elementos para analisar situações encontradas nos diversos cenários das empresas.

3 PROGRAMA

3.1. Introdução:
3.1.1. Administração de Materiais - Uma Abordagem Logística;
3.1.2. Conceituação e importância;
3.1.3. Objetivos principais;
3.1.4. Áreas de interesse;
3.1.5. Subsistemas da logística e suas atividades.

3.2. Classificação e codificação de materiais (padronização):
3.2.1. Tipos de estoques quanto as suas características;
3.2.2. Sistemas de codificação de materiais.

3.3. Gestão de estoques:
3.3.1. Funções e objetivos dos estoques;
3.3.2. Dimensionamento e controle de estoques;
3.3.3. Tipos de estoques quanto as suas utilizações;
3.3.4. Provisões para estoques;
3.3.5. Classificação ABC (Pareto).

3.4. Métodos de controle de estoques:
3.4.1. Máximos e mínimos;
3.4.2. Duas gavetas (visual);
3.4.3. Revisões periódicas;
3.4.4. MRP e Kanban;
3.4.5. Custos de estoques;
3.4.6. Lote econômico de compras.

3.5. Compras:
3.5.1. Conceituação e importância;
3.5.2. Organização de compras;
3.5.3. Elementos centrais da função compras;
3.5.4. Relacionamento de compras com outras áreas da empresa (cliente/fornecedor interno);
3.5.5. Cadastro de fornecedores (desenvolvimento e avaliação de fornecedores);
3.5.6. A Internet como recurso para compras;
3.5.7. Processo aquisitivo: requisição de materiais, cotação de compras e negociação;
3.5.8. Pedido de compra;
3.5.9. Análise de valor nas compras.

3.6. Armazenamento de materiais:
3.6.1. Conceituação e importância;
3.6.2. Funções da armazenagem: recebimento/inspeção, estocagem e expedição;
3.6.3. Princípios da armazenagem;
3.6.4. Relacionamento da armazenagem com confiabilidade de dados de estoques;
3.6.5. Sistemas de localização de materiais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:
BALLOU, Ronal H. Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São PAulo: Atlas, 1993.
DIAS, Marco Aurélio P. Administração de materiais: uma abordagem logística. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1993.
MARTINS, Petrônio G.; ALT, Paulo Renato C. Administração de materiais e recursos patrimoniais. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar:
ARNOLD, J. R. Tony. Administração de materiais. São Paulo: Atlas, 1999.
BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2001.
GURGEL, Floriano do A. Logística industrial. São Paulo: Atlas, 2000.
MARTINS, Petrônio G.; ALT, Paulo Renato C. Administração de materiais e recursos patrimoniais. São

Paulo: Saraiva, 2000.
VIANA, João José. Administração de materiais: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2000.

Disciplina **254AJ-02 GESTÃO DA MUDANÇA**

Créditos : **2** Carga Horária: **30** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - L.F. em Administração de Empresas; Adm. - L.F. em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina aborda as diferentes teorias capazes de explicar as mudanças organizacionais, assim como as fontes de resistência à mudança que costumam ser enfrentadas durante este processo. Ela também apresenta modelos de intervenção capazes de provocar mudanças bem sucedidas, assim como estratégias de desenvolvimento organizacional e aprendizagem.

2 OBJETIVO

Ao final da disciplina, o aluno deverá ser capaz de compreender os elementos fundamentais que fazem parte do estudo da gestão da mudança organizacional e identificar a importância de administrar num ambiente turbulento e como superar este desafio.

3 PROGRAMA

3.1. Significado da mudança;
3.1.1. Mudança de paradigma organizacional;
3.1.2. Impacto da mudança nas empresas;
3.1.3. Desafios: mudança proativa e mudança reativa.

3.2. Novas teorias científicas aplicadas à organização.

3.3. Organizações mecanicistas, organizações orgânicas e em redes.

3.4. Mudança organizacional;
3.4.1. Modelos de condução de mudança organizacional;
3.4.2. Resistência à mudança;
3.4.3. Estratégias para minimizar a resistência à mudança.

3.5. Cultura, comunicação, desenvolvimento organizacional e aprendizagem organizacional como suporte à mudança.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia básica:
BRABANDERE, Luc de. O lado oculto das mudanças: a verdadeira inovação requer mudança de percepções. Editora Campus, 2006.

CHIAVENATO, I. Os novos Paradigmas:como as mudanças estão mexendo com as empresas. São Paulo: Atlas, 1996. (658.406 C532nb).
WOOD Jr. T. (Coord). Mudança organizacional: aprofundando temas atuais em administração de empresas. São Paulo: Atlas, 2000. (658.406 M943ma).

Bibliografia complementar:

ALVES, Sérgio. Revigorando a Cultura da Empresa: uma abordagem cultural da mudanca nas organizações, na era da globalização. São Paulo: Makron Books, 1997. (658.406 A474r).
BAUER, Ruben. Gestão da mudança: caos e complexidade nas organizações. São Paulo: Atlas, 1999. (658.4063 B344g).
CAPRA. Fritjof. A Teia da Vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 1996. (577 C251t).
Duck, Jeanie Daniel. O monstro da mudança nas empresas : as forças ocultas que interferem nas transformações organizacionais. Rio de Janeiro : Campus, 2002.
(658.406 D834m).
Harvard Business Review Book. Mudança. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
(658.406 M943mh).

Disciplina **254CG-02 CRIATIVIDADE**
Créditos : **2** Carga Horária: **30** Vigência: **de 2016/1 à 2020/2**
Curso : Adm. L. F. em Administração de Empresas;

Ciência e Inovação em Alimentos.

1 EMENTA

Políticas de gestão de criatividade e inovação. Conceitos de criatividade e inovação. Fatores incentivadores da criatividade na empresa e de fatores facilitadores para implantação de inovação organizacional. Técnicas de estimulação do potencial criativo. Design think.

2 OBJETIVO

A disciplina tem por objetivo situar o papel da inovação como meio para o desenvolvimento. Nesse sentido os estudantes discutirão os conceitos, as formas e os impactos da inovação aplicando a diferentes áreas temáticas.

3 PROGRAMA

3.1. Criatividade.

3.2. Inovação.

3.3. Criatividade, Estética e Gestalt.

3.4. História do Design.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia básica:
BARBIERI, José Carlos; ÁLVARES, Antonio Carlos Teixeira; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. Gestão de ideias para inovação contínua. Porto Alegre: Bookman, 2009.
GRAY, Dave; BROWN. Sunni; MACANUFO, James. Gamestorming: jogos corporativos para mudar inovar e quebrar regras. Rio de Janeiro, Alta Books, 2012.
LAFLEY, A.G; CHARAN, Ram. O Jogo da Liderança: metas e estratégias de inovação para o sucesso da sua empresa. 1 Ed. São Paulo: Elsevier, 2008

Bibliografia complementar:
CHRISTENSEN, Clayton; DYER, Jeffrey H.; GREGERSEN, Hal B. O DNA do inovador. Harvard Business Review, dez. 2009.
BITTENCOURT, Cláudia; AZEVEDO, Débora; FROEHLICH, Cristiane (Org.). Na Trilha das Competências: caminhos possíveis no cenário das organizações. Porto Alegre: Bookman 2013.
GRAMIGNIA, Maria Rita. Modelo de Competências e Gestão de Talentos. 2. Ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

RODRIGUES, A. F.; VELOSO, A. Contribuições da gestão de recursos humanos para a criatividade e inovação organizacional. Revista Psicologia, v. 13, n. 3, p. 293-308, 2013.
SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. Gestão da inovação na prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. São Paulo: Atlas, 2009.

Disciplina **254DB-04 ADMINISTRAÇÃO**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **de 2017/1 à 2020/2**

Curso : Adm. L. F. em Administração de Empresas; Adm. L. F. em Inovação e Empreendedorismo; Adm. L. F. em Liderança e Gestão de Pessoas; Adm. L. F. em Marketing; Adm. L. F. em Negócios Internacionais; Ciências Contábeis L. F. em Controladoria e Tributos; Ciências Econômicas L. F. em Economia; Ciências Econômicas L. F. em Finanças.

1 EMENTA

O conceito de empresa no moderno mundo dos negócios. A interligação entre Administração, Contabilidade e Economia como base para a construção da estrutura empresarial. Apresentação das Escolas da Administração. Estudo das funções do gestor. Análise da importância da relação entre planejamento, indicadores de desempenho e objetivos empresariais. Reflexão sobre o papel da burocracia hoje. Reflexão sobre a evolução e mudança empresariais. Análise de cenários ambientais e econômicos dentro de uma visão sistêmica. Uso dos sistemas de informação e contábeis no gerenciamento e tomada de decisão. Estudo da motivação humana para o trabalho.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina o aluno deve ser capaz de analisar e comparar, com visão crítica, a evolução do pensamento administrativo e sua relação com o momento atual, bem como, ter a capacidade de reconhecer as funções do gestor, a dinâmica organizacional e a interação de suas áreas com a economia e com as práticas contábeis. A disciplina também almeja introduzir o estudante no Mundo da Universidade.

3 PROGRAMA

1. A disciplina e a empresa no moderno mundo dos negócios (A e C)
1.1. Apresentação da disciplina: plano, avaliação, atividades semestrais e bibliografia;
1.2. O que é Administração e porque estudá-la;
1.3. Competências, Habilidades e Atitudes essenciais do Gestor (360º);
1.4. Antecedentes históricos da Administração;
1.5. Conceitos de Administração ao longo da História;
1.6. Escolas da Administração: Clássicas, Humanas e Contemporâneas;
1.7. Conceito de empresa no moderno mundo dos negócios;
1.8. O aumento exponencial de conhecimento na área.

2. Administração Científica - Organização do Trabalho (B)
2.1. A interligação entre Administração, Contabilidade e Economia como base para construção da estrutura empresarial;

2.2. Causas do surgimento da Administração como ciência;
2.3. Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
2.4. Obra de Frederick Taylor - Princípios da Administração Científica;
2.5. Principais Seguidores: Ford e Gilbreth;
2.6. Qualidade Total;
2.7. Robótica;
2.8. Apreciação crítica.

3.Teoria Clássica - Organização da Empresa (B e D)
3.1Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
3.2Obra de Henri Fayol;
3.3Funções do Administrador;
3.4Funções da Empresa/Organizacionais;
3.5Os 14 Princípios Gerais da Administração;
3.6Obra de Alfred Sloan;
3.7Apreciação crítica.

4.Abordagem Burocracia (F)
4.1Contribuições para o moderno mundo dos negócios (o papel da Burocracia hoje).
4.2A obra de Max Weber;
4.3Estrutura Organizacional;
4.4Comunicação e Impessoalidade;
4.5Poder e suas formas;
4.6Características das Empresas Modernas;
4.7Disfunções Burocráticas;
4.8Apreciação crítica.

5.Abordagem Neoclássica (E)
5.1Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
5.2Hierarquia e Responsabilidade;
5.3Níveis organizacionais e tomada de decisão;
5.4A relação entre Hierarquia e Responsabilidade;
5.5Formas de organização departamental;
5.6Níveis organizacionais e impactos na velocidade da decisão;
5.7Eficiência, Eficácia e Efetividade;
5.8Apreciação crítica.

APO - Administração por Objetivos (E)
6.1Contribuições para o moderno mundo dos negócios;

6.2Obra de Peter Drucker;
6.3Planejamento Estratégico;
6.4BSC - Balanced Scorecard;
6.5Planejamento Estratégico;
6.6Relação entre planejamento, indicadores de desempenho e objetivos empresariais;
6.7Planos de Negócio;
6.8Apreciação crítica.

7.Abordagem das Relações Humanas (J)
7.1Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
7.2A estrutura Informal;
7.3Os efeitos do poder informal na administração;
7.4Grupo Informal (Elton Mayo e Hawthorne);
7.5Formas de Resolver Conflitos (Mary Parket Follet);
7.6Auto-Organização (Roethlisberger e Dickson);
7.7Organizações informais como suporte às formais (Chester Barnard);
7.8Apreciação crítica.

8.Abordagem Comportamental (J)
8.1Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
8.2Motivação de pessoas;
8.3Motivação e níveis sequenciais (Pirâmide de Maslow);
8.4Fatores Higiênicos X Fatores Motivacionais (Herzberg);
8.5Teorias X e Teoria Y (McGregor);
8.6Passos na tomada de decisão (Simon);
8.7Sistemas Administrativos (Likert);
8.8Apreciação crítica.

9.DO - Desenvolvimento Organizacional (G)
9.1Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
9.2Reflexão sobre a evolução e mudança empresariais;
9.3Gerenciamento de Mudanças;
9.4Dinâmicas de Grupo;
9.5A dialética Estrutura Organizacional x Comportamento Humano;
9.6Cultura e Clima Organizacional;
9.7Métodos para Gestão da Mudança;
9.8Apreciação crítica.

10.Abordagem Estruturalista (A)
10.1Contribuições para o moderno mundo dos negócios.
10.2Empresa é um tipo de Organização;
10.3. Análise Interorganizacional;
10.4. O Homem Organizacional;
10.5. Postura profissional e ética;
10.6. Expansão do conceito de empresa;
10.7. Benefícios do conflito;
10.8. Apreciação crítica.

11. Abordagem Sistêmica (H)
11.1. Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
11.2. Análise de Cenários ambientais e econômicos dentro de uma visão sistêmica;
11.3. Globalização X Globalismo;
11.4. Empresas holísticas;
11.5. Inter-relacionamentos entre as partes;
11.6. Apreciação crítica.

12. Abordagens Matemática e Cibernética (H e I)
12.1. Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
12.2. Uso generalizado de ferramentas matemáticas estatísticas;
12.3. Pesquisa Operacional;
12.4. Decisões de certeza, risco, incerteza;
12.5. Sist. De informação e contábeis no gerenciamento e tomada de decisão;
12.6. Teoria dos Jogos;
12.7. Sistemas de Informação;
12.8. Apreciação crítica.

13. Abordagem Contingencial (I)
13.1. Contribuições para o moderno mundo dos negócios;
13.2. Planejamento da estrutura, da estratégia e combinação de todas as escolas anteriores;
13.3. Impacto do Ambiente;
13.4. Impacto da Tecnologia de Produção;
13.5. Estratégia e Estrutura (Chandler);
13.6. Estratégia de Produção (Woodward);
13.7. Mecânicas e Orgânicas (Burns e Stalker);
13.8. Diferenciação e Integração (Lawrence e Lorsch).

14. Tópicos atuais e perspectivas da Administração (B, G e J)

14.1. A Competitividade Global e a padronização internacional;
14.2. Crescente segmentação do mercado consumidor;
14.3. Modelos alternativos ao Americano: Japonês (Toyotismo) e Chinês;
14.4. Flexibilização da produção e da oferta de bens e serviços;
14.5. A disruptura do e-commerce e do consumo colaborativo (Airbnb, Uber, etc.);
14.6. Diversidade do patrimônio humano e Natureza dinâmica dos contratos de trabalho;
14.7. Gerações com perfis empreendedores (Y e Z);
14.8. O Desafio: acompanhar o aumento exponencial de conhecimento no mundo dos negócios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:
CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. 9ª Edição. São Paulo: Campus, 2014.
CHIAVENATO, Idalberto. Os novos paradigmas: como as mudanças estão mexendo com as empresas. Barueri: Manole, 2011.
MAXIMIANO, Antonio César Amauri. Teoria Geral da Administração: da Revolução Urbana à Revolução Digital. São Paulo: Atlas, 2012.

Bibliografia Complementar:
CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. São Paulo: Elsevier. 2005.
DRUCKER, Peter Ferdinando. Introdução à administração. São Paulo: Pioneira. 2005.
MOTTA, Fernando Cláudio Prestes; VASCONCELOS, Isabella Freitas de Gouveia. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Pioneira. 2005.
ROBBINS, Stephen Paul. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva. 2005.
TZU, S. A arte da guerra: os treze capítulos originais. São Paulo: Jardim dos livros, 2007.

Disciplina **254DG-02 INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO**

Créditos : **2** Carga Horária: **30** Vigência: **de 2017/1 à 2020/2**

Curso : Adm. L. F. em Administração de Empresas; Adm. L. F. em Inovação e Empreendedorismo; Adm. L. F. em Liderança e Negociação; Adm. L. F. em Markeitng; Adm. L. F. em Negócios Internacionais; Adm. L. F. em Operações e Serviços; Ciências Contábeis L. F. em Controladoria e Tributos; Ciências Econômicas L. F. em Finanças.

1 EMENTA

Conceitos de inovação e tipos de inovação (inclusive inovação social e inovação em modelos de negócios). História da inovação. Inovação e desenvolvimento econômico. Sistemas e ambientes de inovação. Interação universidade-empresa-governo. Parques Tecnológicos e incubadoras de empresas. Inovação Aberta. Financiamento e fomento a inovação: editais e legislação.

2 OBJETIVO

A disciplina tem por objetivo situar o papel da inovação como meio para o desenvolvimento. Nesse sentido os estudantes discutirão os conceitos, as formas e os impactos da inovação aplicando a diferentes áreas temáticas.

3 PROGRAMA

3.1 Inovação e desenvolvimento;
3.1.1 Conceitos e relações;
3.1.2 Evolução da inovação e desenvolvimento.

3.2 Economia Circular e novos modelos de inovação e desenvolvimento.

3.3 Inovação social.

3.4 Sistemas de inovação.

3.5 Inovação aberta: interação universidade-empresa-governo.

3.6 Ecossistemas de inovação e desenvolvimento: parques tecnológicos, incubadoras, coworkings, aceleradoras.

3.7 Financiamento e fomento da inovação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:
BESSANT, J.;TIDD, J. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.
ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (ODCE). Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. Ed., OECD, 2005. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/images/a-finep/biblioteca/manual_de_oslo.pdf>
TIGRE, P. B. Gestão da Inovação: a Economia da Tecnologia no Brasil. São Paulo: Campus, 2006.

Bibliografia Complementar:
AUDY, J.; MOROSINI, M. Inovação e Empreendedorismo na Universidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.
DAGNINO, R. A Relação Universidade-Empresa no Brasil e o Argumento da Hélice-Tripla. Revista Brasileira de Inovação, v.2, n.2, p.267-307, 2003. Disponível em: http://goo.gl/Ydko8L.
ETZKOWITZ, Henry. Hélice Tríplice: Universidade-Indústria-Governo: Inovação em Movimento. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.
IBGE. PINTEC. Pesquisa de Inovação 2011. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2013. Disponível em <http://www.pintec.ibge.gov.br/downloads/pintec2011%20publicacao%20completa.pdf>. Acesso em 29/09/2016.
SCHUMPETER, Joseph A. (1912). A Teoria do Desenvolvimento Econômico. São Paulo: Abril, Col. Os Economistas, 1985 (para a tradução brasileira).

Disciplina **254DR-04 MARKETING**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2018/1**

Curso : Adm. - L.F. em Administração de Empresas; Adm. - L.F. em Liderança e Gestão de Pessoas; Adm. - L.F. em Negócios Internacionais e Adm. - L.F. em Inovação e Empreendedorismo;

1 EMENTA

Esta disciplina objetiva oferecer aos alunos um entendimento inicial de Marketing, estudando seus conceitos fundamentais e descortinando as várias perspectivas que a área oferece para o sucesso das empresas.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ter um adequado entendimento das implicações do gerenciamento do marketing na empresa, por meio da análise e da discussão dos conceitos centrais da disciplina. A disciplina objetiva, ainda, colocar os alunos em situações empresariais mais próximas da realidade por meio do desenvolvimento de uma estratégia de marketing para um novo produto.

3 PROGRAMA

3.1. Introdução ao Marketing;
3.1.1. Conceito de Marketing;
3.1.2. Segmentação e Posicionamento de mercado
3.1.3. Marketing Estratégico I.

3.2. Ambientes de Marketing;
3.2.1. Análise do Ambiente;
3.2.2. Pesquisa de Marketing;
3.2.3. Análise de informações.

3.3. Comportamento do Consumidor;
3.3.1. Necessidades e Consumo;
3.3.2. Papéis;
3.3.3. PDC;
3.3.4. Fatores Influenciadores.

3.4. Compostos de Marketins (4Ps);
3.4.1. Gestão de Produtos e Serviços;
3.4.2. Gestão de Marcas;
3.4.3. Gestão de Distribuição e Varejo;

3.4.4. Gestão de Preços;
3.4.5. Gestão de Comunicação.

3.5. Gestão de Marketing Estratégico;
3.5.1. Marketing de Relacionamento;
3.5.2. Marketing Estratégico II.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia básica:
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2012.
LAMB, C.W.; HAIR Jr, J.F.; McDANIEL, C. MKTG. São Paulo: Cengage Learning, 2014.
ROCHA, Ângela da; FERREIRA, Jorge B.; SILVA, Jorge F. da. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 2012.

Bibliografia complementar:
HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2011.
OSENBLOOM, Bert. Canais de Marketing: uma visão gerencial. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
PARENTE, Juracy; BARKI, Edgard. Varejo no Brasil: Gestão e Estratégia. São Paulo: Atlas, 2014.
SOLOMON, M.R. O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo. Porto Alegre: Bookman, 2016.
ZEITHAML, V. A.; BITNER, M.J.; GREMLER, D.D. Marketing de Serviços: a Empresa com Foco no Cliente. Porto Alegre: Bookman, 2014.

Disciplina **254ER-04 LABORATÓRIO CRIATIVIDADE E DESIGN**
Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2018/1**
Curso : Adm. L. F. em Inovação e Empreendedorismo.

1 EMENTA

Conscientização sobre a importância e significado da inovação criativa para a sociedade e para o seu desenvolvimento pessoal. Compreensão da criatividade, do processo criativo, da personalidade criativa, pensamento divergente (ou criativo) e pensamento convergente (ou critico). Identificação de barreiras à criatividade e medidas de criatividade. Apresentação e discussão de técnicas estimuladoras do pensamento criativo, (tempestade de ideias, listagem de atributos, sinética, combinações forçadas, exercícios de imaginação, de analogias e metáforas com imagens sensoriais, etc.). Aplicação das técnicas para solução de problemas reais apresentados sob a forma de desafio.

2 OBJETIVO

Conscientização sobre a importância e significado da inovação criativa para a sociedade e para o seu
desenvolvimento pessoal. Compreensão da criatividade, do processo criativo, da personalidade criativa,
pensamento divergente (ou criativo) e pensamento convergente (ou critico). Identificação de barreiras à
criatividade e medidas de criatividade. Apresentação e discussão de técnicas estimuladoras do pensamento criativo, (tempestade de ideias, listagem de atributos, sinética, combinações forçadas, exercícios de imaginação, de analogias e metáforas com imagens sensoriais, etc.). Aplicação das técnicas para solução de problemas reais apresentados sob a forma de desafio.

3 PROGRAMA

3.1. Construção Maker - o ato criativo.

3.2. Preparação para inception.

3.3. Análise da capacidade de percepção.

3.4. Brainstorming / Geração do problema.

3.5. Técnicas de coleta de dados 1;
3.5.1. Técnicas de coleta de dados2 .

3.6. Componentes do problema.

3.7. Geração de alternativas 1;
3.7.1. Geração de alternativas 2;
3.7.2. Geração de alternativas3;
3.7.3. Geração de alternativas 4;
3.7.4. Avaliação das alternativas.

3.8. Comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia básica:
ALENCAR, Eunice Soriano de; Fleith, Denise de Souza. Criatividade: múltiplas perspectivas. Brasília: Ed. Da UnB, 2003.
BOUILLERCE, Brigitte; CARRE, Emmanuel. Saber desenvolver a criatividade na vida e no trabalho. São Paulo: Larousse, 2004.
BROWN, T. Design thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Bibliografia complementar:
BOULDEN, George P. Como desenvolver a criatividade. São Paulo: PubliFolha, 2007.
KELLEY, Thomas. As 10 faces da inovação estratégias para turbinar a criatividade; Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2007.
MAIS, Domenico. Criatividade e grupos criativos. Rio de Janeiro: Sextante, 2002.
NITZSHE, R. Afinal, o que é Design Thinking? São Paulo: Rosari, 2012. 208 p.
VIANNA ET AL. Design thinking. Disponível em: http://livrodesignthinking.com.br/; Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

Disciplina **254PL-04 PROJETO DESAFIOS: INOVAÇÃO E IMPACTO SOCIAL**
Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2016/1**
Curso : Todos os cursos.

1 EMENTA

Disciplina que oportuniza a interação de estudantes de diferentes áreas do conhecimento com ensino e aprendizagem baseados em desafios temáticos (e.g. qualidade de vida, mobilidade, inovação tecnológica). Reflexão e construção de propostas de soluções para problemas locais contextualizados em âmbito global. Exercícios de empatia, de colaboração, de trabalho em equipe, de comunicação, de criatividade e de solução de problemas, utilizando metodologias ativas e abordagens como o Design Thinking.

2 OBJETIVO

- Realizar ações que propiciem a interação entre o conhecimento acadêmico e o conhecimento gestado nas práticas sociais.
- Sensibilizar para a educação socialmente responsável.
- Construir proposta de soluções empreendedoras e inovadoras contextualizadas e centradas no ser humano e em necessidades sociais.

3 PROGRAMA

3.1. Módulo I: Despertar para o empreendedorismo e atitude empreendedora; Introdução ao Design Thinking: Introdução a temática do semestre (em 2016, qualidade de vida):
3.1.1. Apresentação e proposta do Desafio - Observar, Ouvir, Entender e Pesquisar: Esta é a etapa que fundamenta projetos desenvolvidos a partir da abordagem do Design Thinking (BROWN, 2010 e PINHEIRO, 2011) e que visa entender as expectativas, desejos e necessidades das pessoas. Antes de ir a campo para coletar dados, é importante definir um desafio estratégico que irá nortear o projeto;
3.1.2. Desenvolvimento de habilidades comportamentais para o trabalho interdisciplinar e problematização da temática da atitude empreendedora nas diferentes áreas dos conhecimentos.

3.2. Módulo II: Desenvolvimento do conceito de problema/solução:
3.2.1. Trabalho com formulação de hipóteses (saltos de fé) e identificação de oportunidades (RIES, 2014 e DOLABELLA, 1999);
3.2.2. Diferenciação entre invenção e inovação e as condições propícias para a inovação (JOHNSON, 2011);
3.2.3. Técnicas de empatia e resolução de problemas;
3.2.4. Observações visitas de campo para mapeamento de oportunidade;
3.2.5. Construção de personas a partir do mapa de empatia (OSTERWALDER e

PIGNEUR, 2010) e integração com o público alvo das propostas.

3.3. Módulo III: Ideação e construção da proposta de solução:
3.3.1. Desenvolvimento prático do projeto;
3.3.2. Técnicas de ideação. Validação de hipóteses e teste (RIES, 2014);
3.3.3. Compreensão da lógica de melhoria contínua (iteração e pivotagem), a partir das metodologias ágeis (PITCHLER, 2011);
3.3.4. Consolidação de proposta preliminar a partir de diferentes Canvas, de acordo com as necessidades dos projetos e interação com áreas de conhecimento afins a partir do ecossistema de inovação da PUCRS;
3.3.5. Apresentação dos projetos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BÁSICA:
BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsiever, 2010.
OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model Generation - inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011.
PINHEIRO, Tennyson; ALT, Luis; PONTES, Felipe. Design Thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. 2011.
TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, Keith. Gestão da Inovação. 3ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

COMPLEMENTAR:
CLARK, T. Business Model You: o modelo de negócios pessoal: o método para reinventar sua carreira. 2013.
CHAVES, I.; BITTENCOURT, J. P.; TARALLI, C. O Design Centrado no Humano na atual pesquisa brasileira - uma análise através das perspectivas de Klaus Krippendorff e da Ideo. In: Fórum de Pesquisa FAU. Mackenzie, 8, 2013, São Paulo. Anais do Fórum de Pesquisa FAU. São Paulo: Mackenzie, 2013.
DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. 1999.
D.SCHOOL. Bootcamp Bootleg. Escola de Design Thinking da Universidade Stanford, 2011. Disponível em: http://dschool.stanford.edu/wp-content/uploads/2011/03/BootcampBootleg2010v2SLIM.pdf Acesso em: 15 mar. 2013.
ETZKOWITZ, Henry. Hélice Tríplice: Universidade-Indústria-Governo-Inovação em Movimento. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.
IDEO. HCD - Human Centered Design: Kit de ferramentas. EUA: Ideo, 2009. 102 p. Disponível em: <http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>. Acessado em julho de 2013.
JOHNSON, Steven. De onde vem as boas ideias. Zahar, 2011.
PICHLER, Roman. Gestão de Produtos com Scrum: implementando métodos ágeis na criação e desenvolvimento de produtos. 2011.
RIES, Eric. A startup enxuta. Leya, 2014.
SOUZA, M. L. Desenvolvimento de comunidade e participação. 10ed. São Paulo: Cortez, 2010.