

MATRIZ CURRICULAR E EMENTÁRIO DO CST DE MARKETING DO IESB

1º MÓDULO – FUNDAMENTOS DA GESTÃO (Comum para todos os cursos)			
COMPONENTES CURRICULARES	CH Semanal	Total Semestral	Hora Relógio
Linguagem e Interpretação de Texto	4	80	66.66
Contabilidade e Gestão Estratégica de Custos	4	80	66.66
Economia	4	80	66.66
Teoria das Organizações	4	80	66.66
Fundamentos de Marketing	4	80	66.66
Projeto Integrador – Gestão Estratégica			70
SUBTOTAL	20	400	403.33
2º MÓDULO – ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING (Certificado de Qualificação Profissional em Estratégia de Marketing)			
COMPONENTES CURRICULARES	CH Semanal	Total Semestral	Hora Relógio
Tecnologia da Informação	4	80	66.66
Gestão Estratégica de Marketing	4	80	66.66
Marketing de Produtos e Serviços	4	80	66.66
Gestão de Marcas	4	80	66.66
Comportamento do Consumidor	4	80	66.66
Projeto Integrador - Estratégia de Marketing			70
SUBTOTAL	20	400	403.33
3º MÓDULO – MARKETING E VAREJO (Certificado de Qualificação Profissional em Gestão Estratégica de Vendas e Varejo)			
COMPONENTES CURRICULARES	CH Semanal	Total	Hora Relógio
		Semestral	
Logística de Armazenamento e Distribuição	4	80	66.66
Técnicas de Negociação em Compra e Venda	4	80	66.66
Trade Marketing – Promoção de Vendas e Merchandising	4	80	66.66
Matemática Financeira Aplicada ao Varejo	4	80	66.66
Pesquisa de Varejo	2	40	33.33
Optativa I	2	40	33.33
Projeto Integrador – Planejamento de Vendas			70
SUBTOTAL	20	400	403.33
4º MÓDULO – ABORDAGEM FINANCEIRA EM MARKETING E VAREJO (Certificado de Qualificação Profissional em Comunicação e Marketing)			
COMPONENTES CURRICULARES	CH Semanal	Total Semestral	Hora Relógio
Marketing Digital	4	80	66,66
Publicidade e Propaganda	4	80	66,66
Marketing de Relacionamento	4	80	66,66
Comunicação Integrada de Marketing	4	80	66.66
Ética e Legislação em Marketing	2	40	33.33
Optativa II	2	40	33.33
Projeto Integrador - Planejamento de Marketing			60
SUBTOTAL	20	400	393.33
TOTAL DO CURSO		1.600	1603,32

QUADRO RESUMO	Hora Aula	Hora Relógio
CH de Componentes Presenciais	1.600	1.333
CH de Atividades Práticas – Projeto Integrador		270
CH de Atividades Complementares		200
Subtotal		1.803
CH Total		1.803

Disciplinas Optativas	Hora aula semestral
Libras	40
Marketing e Inovação	40
Marketing Social	40

1. O conteúdo de **Educação Ambiental** será ofertado na disciplina de:
 - Logística de Armazenamento e Distribuição (3º Módulo)
2. O conteúdo de **Direitos Humanos** será ofertado na disciplina de:
 - Ética e Legislação em Marketing (4º Módulo)
3. O conteúdo de **Relações Étnico Raciais** será ofertado na disciplina de:
 - Comportamento do Consumidor (2º Módulo)

1.5.1 Ementa e bibliografia dos componentes curriculares

Encontram-se relacionadas e descritas, a seguir, os componentes curriculares integrantes da matriz curricular do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, com os objetivos de aprendizagem, assim como as ementas e as bibliografias, básicas e complementares atualizadas e referendadas pelo Núcleo Docente Estruturante.

1º MÓDULO - FUNDAMENTOS DA GESTÃO

LINGUAGEM E INTERPRETAÇÃO DE TEXTO	80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS		
a. Integrar os conhecimentos nas áreas específicas dos cursos e a prática organizacional; b. Entender as várias formas de comunicação social, reconhecendo a LIBRAS como a segunda língua oficial brasileira. c. Desenvolver habilidades de pesquisa e interpretação de dados e informações; d. Incentivar e subsidiar os discentes para as áreas da pesquisa, monitoria, iniciação científica e extensão, em grupo e individualmente; e. Despertar o senso prático e o interesse pela pesquisa no exercício profissional.		
EMENTA		
Comunicação humana, linguagem e língua. História da cultura surda e da evolução da LIBRAS – Língua Brasileira de Sinais. Noções básicas de LIBRAS. Tipologia textual: resenha, resumo, artigo científico, relatório, monografia, dissertação, tese.		

Técnicas de redação: Resumo e Resenha. Estruturação e elaboração de projetos de pesquisa. Noções gerais de Metodologia Científica: tema, problema, hipótese. Metodologia. Análise de resultados. Discussão. Conclusão. Referência bibliográfica. Normas ABNT para a apresentação de textos acadêmicos e científicos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MASIP, V. Fundamentos lógicos da interpretação de textos e da argumentação . 1 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ALVES, A. Língua Portuguesa: compreensão e interpretação de textos . Rio de Janeiro: Forense : São Paulo : MÉTODO, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica . 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	15	Atualização da ementa	DECISÃO DO NDE
PEREIRA et al. Libras: conhecimento além dos sinais . 1ª edição – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.	05	Atualização da ementa	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
FAVERO, Leonor L. Coesão e Coerência Textuais . Ática, 2006.	09	Mantida	DECISÃO DO NDE
MARTINS, Dileta S. Português Instrumental . 29 ed. Atlas, 2010.	06	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
ANDRADE, Maria Margarida de; MARTINS, João Alcino de Andrade. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação . 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	11	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
VYGOTSKY, L. S; Pensamento e Linguagem . São Paulo: Martins Fontes, 1991	04	Mantida	DECISÃO DO NDE
PLANALTO. Decreto 5.626/2005. Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Brasília , 2005. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato 2004-2006/2005/Decreto/D5626.htm .	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Atualização da ementa	DECISÃO DO NDE
GESSER, Audrei. Libras? Que língua é essa?: crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda . 2009. ed. São Paulo: Parábola, 2009, 87 p.: ISBN 9788579340017.	05	Atualização da ementa	

CONTABILIDADE E GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	80 h/a	66,66 h/r
---	---------------	------------------

OBJETIVOS

- Aprender noções básicas e fundamentos da Contabilidade, entendendo as demonstrações financeiras publicadas pelas empresas.
- Entender os elementos básicos do mecanismo contábil, suas práticas e seus fundamentos teóricos.
- Conhecer os usuários e a utilidade das informações contábeis.
- Motivar os discentes destacando a importância do estudo e a pesquisa ligados à profissão de Marketing.
- Capacitar os alunos a elaborar as demonstrações contábeis BP e DRE.
- Identificar o papel da contabilidade no compromisso social e gestão ambiental.
- Identificar a consultoria em marketing, como um nicho de mercado que pode ser explorado pelo profissional e os meios legais para abrir uma empresa.

EMENTA

Contabilidade: conceitos, objetivos, campo de aplicação, noções históricas de contabilidade. Usuário da informação contábil. Estática patrimonial: Equação fundamental do patrimônio, configurações do estado patrimonial, representação gráfica do patrimônio. Variações do patrimônio líquido. Regimes contábeis. Balanços sucessivos. Escrituração: contas, diário, razão, débito e crédito, partidas dobradas. Balancete de verificação (estrutura, finalidade e utilidade); noções preliminares da preparação e estruturação do balanço patrimonial e da demonstração dos resultados do exercício. Princípios de Contabilidade (noções introdutórias). Operações com mercadorias (inventário periódico). As contribuições da contabilidade para a gestão ambiental.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
SÁ, A. L.. Teoria da Contabilidade . 5ª edição; São Paulo, 2010. 8	08	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
BRAGA, Hugo Rocha. Demonstrações Contábeis: estrutura, análise e interpretação . 7ª edição: São Paulo: Atlas, 2012. 7	07	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
BRUNI, A. L.. Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel . 5ª edição; São Paulo: Atlas, 2011. 8	08	Atualização da ementa	DECISÃO DO NDE
FONTOURA DA, F. Gestão de custos: uma visão integradora e prática dos métodos de custeio . São Paulo: Atlas, 2013. 8	08	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
----------------------------------	---	----------------------	------------------

	Virtual		
OLIVEIRA, D. P. R. Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia, práticas. 12ª edição; São Paulo: Atlas, 2014.	05	Atualização da ementa	DECISÃO DO NDE
TINOCO, J. Contabilidade e gestão ambiental. 3 ed. São Paulo : Atlas, 2011.Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Atualização da ementa educação ambiental	DECISÃO DO NDE
COSTA, C. A. G. Contabilidade ambiental: mensuração, evidenciação e transparência. São Paulo: Atlas, 2012;	06	Atualização da ementa educação ambiental	DECISÃO DO NDE
IUDÍCIBUS, S. MARION, J.C. Contabilidade Comercial: atualizada conforme Lei nº 11.638/07 e Lei nº 11.941/09. 9ª edição; São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	07	Assunto atualizado	DECISÃO DO NDE
SARATT, N. ; SILVEIRA, A. ; MORAES, R. Gestão plena da terceirização: o diferencial estratégico. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

ECONOMIA	80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS		
a. Definir os principais conceitos da ciência econômica e apresentar uma síntese do pensamento econômico clássico e moderno. b. Distinguir as principais variáveis econômicas e relacioná-las com suas respectivas atividades. c. Compreender a relação entre o comportamento da sociedade e as diversas atividades econômicas. d. Despertar a curiosidade científica e desenvolver a capacidade de reflexão crítica sobre o impacto da economia na vida pessoal e profissional, bem como no planejamento das empresas e governos. e. Incorporar os conhecimentos sobre economia como mais uma ferramenta para o desenvolvimento pleno das atividades do profissional de marketing.		
EMENTA		
Discussão sobre as principais variáveis que compõem e atuam na atual economia brasileira e global, e sobre como tais variáveis influenciam o comportamento (e o planejamento estratégico) das empresas nacionais, multinacionais e transnacionais, bem como do poder público executivo (nas escalas municipal, estadual, nacional). Debates sobre temas como globalização econômica, blocos econômicos internacionais, era da informação e conhecimento, e o novo sistema de produção flexível. Desenvolvimento de temas como a elaboração de planejamento financeiro e estratégico que leve em consideração a estimativa de crescimento da economia, taxas de inflação, atuação política, contexto produtivo internacional, câmbio e outros fatores que procuram prever o comportamento dos agentes econômicos no futuro.		

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MANKIW, N. G. Introdução à Economia . 6ª ed. CENGAGE, 2013. 8	08	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
LANZANA, A. Economia brasileira : fundamentos e atualidade . 5 ed. São Paulo : Atlas, 2017. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
CANDIDO, E. ; MARIANO, J. Economia internacional . 3 ed. São Paulo, Saraiva, 2016. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
MONTELLA, M. Micro e macroeconomia: uma abordagem conceitual e prática . 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
BESANKO, D. A economia da estratégia . 5 ed. Porto Alegre : Bookman, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
DIAS, M. Economia fundamental . São Paulo : Érica, 2015. 128 p. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
VASCONCELLOS, M. Economia micro e macro: teoria e exercícios, glossário com os 300 principais conceitos econômicos . 5 ed. São Paulo : Atlas, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

TEORIA DAS ORGANIZAÇÕES	80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS - Analisar a dinâmica das Organizações, do panorama técnico aos conceitos mais recentes, bem como dos clássicos. - Apresentar os contextos organizacionais para o entendimento e a construção do pensamento administrativo. - Identificar as organizações como estruturas sociais. - Contribuir no desenvolvimento de habilidades de trabalho em equipe. - Desenvolver questões e temas contemporâneos em estudos organizacionais. - Aguçar a curiosidade científica e a capacidade de diagnosticar e resolver problemas, com base na dimensão valorativa do curso no que diz respeito aos temas relações étnico-raciais e responsabilidade socioambiental.		

EMENTA

Comportamento humano nas organizações. Teoria das Organizações. Teoria Geral da Administração. Conceitos básicos sobre uma estrutura organizacional e o processo de organização. Conceito de administração. Processo Administrativo. Níveis e modelos de análise. Conhecimento prescritivo e analítico. Contextos Organizacionais. Objetivos e desempenho. Autoridade, poder e controle. Concepção e implantação da estrutura organizacional da empresa. Relação de reciprocidade e os fatores determinantes. Técnicas de negociação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração . 8 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
OLIVEIRA, D. Teoria geral da administração: uma abordagem prática . 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
PEREZ, F. Cultura organizacional e gestão estratégica: a cultura como recurso estratégico . 2 ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
ROBBINS, Stephen P.; DECENZO, David A.; WOLTER, Robert M. A nova administração . São Paulo : Saraiva, 2014.	08	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ROBBINS,S. JUDGE, T. Fundamentos do comportamento organizacional . 12ª edição; São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.	08	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MARQUES, J. C.. Comportamento organizacional [recurso eletrônico]. São Paulo, SP : Cengage, 2016. 10 Mb : il. ; PDF. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
OLIVEIRA, D. Estrutura organizacional: uma abordagem para resultados e competitividade . 3 ed. São Paulo: Atlas, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
VECCHIO, Robert P. Comportamento Organizacional: conceitos básicos . São Paulo: Cengage Learning, 2012. 6	06	Mantida	DECISÃO DO NDE
CHIAVENATO, I. Iniciação à teoria das		Mantida	DECISÃO

organizações. Barueri, SP: Manole, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual		DO NDE
CHIAVENATO, I. Comportamento Organizacional. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 5	05	Mantida	DECISÃO DO NDE
MCSHANE, Steven L. Comportamento organizacional : conhecimento emergente, realidade global [recurso eletrônico]. Tradução : Francisco Araújo da Costa. – 6. ed. – Porto Alegre : AMGH, 2014. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#!/books/9788563308863/ >	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
JONES, R., G., GEORGE, M., J. Administração Contemporânea, 4. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2011. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#!/books/9788563308863/ >	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE

FUNDAMENTOS DE MARKETING		80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS - Identificar os elementos da administração de marketing relacionados a cada componente do marketing mix. - Planejar ações integradas de gerenciamento do marketing mix. - Identificar as informações necessárias para o desenvolvimento de novos produtos. - Caracterizar diferentes segmentos de mercado. - Planejar as ofertas adequadas a cada segmento de mercado identificado. - Entender a gestão ambiental como uma importante estratégia de Marketing.			
EMENTA Conceito e Definição de Marketing Abordagens de Mercado: a empresa voltada para Vendas X a empresa voltada para o mercado Segmentação de Mercado Posicionamento Administração de Marketing e Composto Mercadológico O Marketing Mix: Produto, Preço, Praça, Promoção. Desenvolvimento de novos Produtos.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing. 14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
ROCHA, A.; FERREIRA, J.B. ; SILA, J.F. Administração de Marketing: conceitos, estratégias e aplicações. São Paulo: Atlas, 2012. 12	12	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J.Paul. Marketing: criando valor para os clientes – 3. Ed. São Paulo: Saraiva, 2012. 8	14	Mantida	DECISÃO DO NDE
DIAS, R. Marketing ambiental: ética,		Atualização da	DECISÃO

responsabilidade social e competitividade nos negócios. 2ª edição: São Paulo: Atlas, 2014. 6	06	ementa Educação Ambiental	DO NDE
GIOIA, R. M. (coord.) et all. Fundamentos de Marketing: conceitos básicos. Saraiva, 2013.	02	Obra Atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
GREWAL, Dhruv. Marketing. 2ª Edição; Porto Alegre: AMGH, 2012. 6	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
COBRA, M. Marketing básico: uma perspectiva brasileira. 4ª edição; São Paulo: Atlas, 2013.	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
KOTLER, P. ; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing – 12. Ed. São Paulo: Person Pratices Hall, 2007.	20	Mantida	DECISÃO DO NDE
TYBOUT, M., A. Marketing. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502213623/ >.	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
BARBIERI, José Carlos; Cajazeira, Jorge Emanuel Reis. Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2012	05	Atualização da ementa Responsabilidade e Social	DECISÃO DO NDE

PROJETO INTEGRADOR – GESTÃO ESTRATÉGICA		CARGA HORÁRIA: 70 h	
OBJETIVOS			
a. Fornecer aos alunos a formação necessária (teórica e prática) para elaboração de um Projeto Integrador de Pesquisa em todas as suas fases. b. Proporcionar também aos discentes a oportunidade de conscientização dos benefícios da visão globalizada da interdisciplinaridade do módulo. c. Entender a Gestão Estratégica, aplicada de forma prática na investigação da realidade da estrutura atual da organização pesquisada, com o intuito de oferecer sugestões com projetos para melhoria.			
EMENTA			
Gestão Estratégica em Marketing. Definição de um projeto integrador de pesquisa. O projeto integrador e a organização. Fases do projeto integrador. Formas e execução de pesquisas científicas. Elaboração de um relatório nos parâmetros estabelecidos pelas normas da ABNT. Execução de atividades em grupo.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
ROBBINS, S. Fundamentos da gestão. São Paulo; Saraiva, 2012. 6	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

ANDERSEN, T. Gestão estratégica : uma introdução . São Paulo : Saraiva, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ANDRADE, Maria Margarida de; MARTINS, João Alcino de Andrade. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação . 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	11	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
GIL, Antonio Carlos . Como elaborar projetos de pesquisa . 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.	10	Mantida	DECISÃO DO NDE
MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica . 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	15	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MEDEIROS, João B. Redação Científica . 11 ed. Atlas, 2009.	04	Mantida	DECISÃO DO NDE
PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. Metodologia científica . 2. ed. São Paulo: Cengage Learning , 2011. 251 p.	07	Mantida	DECISÃO DO NDE
PRADO, L. D., Fernando. Metodologia de Projetos . São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra Atualizada	DECISÃO DO NDE
NBR 14724. Informação e documentação — Trabalhos acadêmicos — Apresentação. 3ª edição, ABNT , 2011. Disponível em www.ufrgs.br › cursopgdr › download › NBR14724	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Necessário para o desenvolvimento do projeto	DECISÃO DO NDE

2º MÓDULO - ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING
(Certificado de Qualificação Profissional em Estratégia de Marketing)

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS - compreender e utilizar os principais recursos de comunicação digital, - demonstrar a arquitetura da Internet, Intranet e Extranet, - desenvolver planilhas eletrônicas e utilizar-se do Microsoft Office para o desenvolvimento de projetos práticos.		
EMENTA		

Sistemas de informações gerenciais; Noções de utilização de banco de dados e seus gerenciadores. Softwares de gerenciamento de informações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MARÇULA, M. Informática: Conceitos e Aplicações . 4. ed. rev. São Paulo: Érica, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
AKABANE, G. Gestão estratégica da tecnologia da informação : conceitos, metodologias, planejamento e avaliações . São Paulo : Atlas, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
LAUDON, K.; LAUDON, J. Sistemas de informações gerenciais . 9 ed. São Paulo: Pearson Prentice Halls. 2010.	06	Mantida	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
BRUNI, A. L. Excel aplicado à gestão empresarial . 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Inserção do assunto na ementa	DECISÃO DO NDE
VELOSO, R. Tecnologias da informação e da comunicação : desafios e perspectivas . São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
MOLINARO, L. Gestão de tecnologia da informação : governança de TI : arquitetura e alinhamento entre sistemas de informação e o negócio . Rio de Janeiro : LTC, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
LUCAS, H. Tecnologia da informação : tomada de decisão estratégica para administradores . Rio de Janeiro : LTC, 2006	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE
REZENDE, D. ABREU, A. F. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais : o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas . 9. ed. São Paulo : Atlas, 2013. 8 Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE

GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARKETING		80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Compreender a importância do Planejamento de Marketing como instrumento competitivo num mercado globalizado. b. Implantar e formular um planejamento de marketing, bem como programá-lo e modificá-lo de acordo com as oscilações do mercado. c. Reconhecer a tecnologia de informação como estratégia de competitividade e eficiência diante das variáveis do macro ambiente; d. desenvolver a criatividade e entender o empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento profissional e humano.			
EMENTA Análise e elaboração de planejamento de marketing voltado para o varejo. Plano de marketing. Roteiro para elaboração do planejamento de marketing. Briefing. Análise ambiental. Orçamento, controle, avaliação e redação do plano. Estratégia de marketing de varejo. O ambiente de varejo. Composto de marketing para o varejo.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIV A	REFERENDO
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing .14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
FERREL, O.C.; HARTLINE, M.D. Estratégia de Marketing . São Paulo; Cengage Learning, 2009.	05	Mantida	DECISÃO DO NDE
ANDERSEN, T. Gestão estratégica : uma introdução . São Paulo : Saraiva, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
GIOIA, R. Marketing Aplicado: O Planejamento de Marketing . São Paulo: Saraiva, 2013.	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
FARIAS, C.V.S.; CARVALHO, G. M. Estratégia de marketing [recurso eletrônico]. Porto Alegre : SAGAH, 2016. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
CAVALCANTI, M. ; FARAH, O. ; MARCONDES, L. Gestão estratégica de negócios : estratégias de crescimento e sobrevivência empresarial 3. ed. São Paulo, SP : Cengage, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
IRELAND, D.; HOSKISSON, R. E. Administração Estratégica . São Paulo: Cengage Learning, 2014.	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios . 5ª edição; Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.	14	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
SANTINI, F.R.; LUDOVICO, N. Gestão de Marketing . 1ª edição; São Paulo: Saraiva, 2013. 6	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CROCCO, L. et al. Marketing aplicado: o planejamento de marketing . 3ª edição; São Paulo: Saraiva, 2013. (Coleção de marketing, volume 3).	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
DALLEDONNE, J. Gestão de Serviços: a chave para o sucesso nos negócios . 2ª reimp; Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.	07	Mantida	DECISÃO DO NDE

MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS		80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Compreender a importância econômica do setor serviços numa economia moderna; b. Identificar as diferenças entre o marketing de bens e o marketing de serviços; c. Identificar e avaliar lacunas de qualidade eventualmente existentes em empresas de serviços; d. Compreender e aplicar conceitos de qualidade dos serviços aos negócios; e. Resolver problemas de marketing em empresas de serviços;			
EMENTA Economia de Serviços; Gestão de Serviços; Modelo das 7 Lacunas de Qualidade; Qualitymark; Marketing de Serviços; Administração Integrada de Serviços.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing .14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
DALLEDONNE, J. Gestão de Serviços: a chave para o sucesso nos negócios . 2ª reimp; Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012. 6	07	Mantida	DECISÃO DO NDE
LAS CASAS, A. L. Marketing de serviços . – 6. ed. – São Paulo : Atlas, 2012. isponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CORRÊA, H. Gestão de serviços : lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes . 1 ed. São Paulo : Atlas, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CORRÊA, H. Administração estratégica de serviços : operações para a satisfação do cliente 2. ed. – São Paulo : Atlas, 2019. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
KUAZAQUI, E. Marketing e gestão estratégica de serviços em saúde . São Paulo : Thomson Learning, 2008.	06	Mantida	DECISÃO DO NDE
FITZSIM, J. Administração de serviços : operações, estratégia e tecnologia da informação . 7 ed. Porto Alegre : AMGH, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ZEITHAML, V. A. Marketing de serviços [recurso eletrônico] : a empresa com foco no cliente . tradução: Felix Nonnenmacher. 6. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : AMGH, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ASSAD, N. Marketing de conteúdo: como fazer sua empresa decolar no meio digital . Ilustração Gabriel Lopes - 1. ed. - São Paulo : Atlas, 2016. 140 p.: il.; 21 cm. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

GESTÃO DE MARCAS		80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Apresentar as questões que uma empresa enfrenta no desenvolvimento e gestão de marcas. b. Compreender os principais estágios e como eles podem ser geridos. c. Estudar as melhores tomadas de decisões relativas às marcas, com casos reais do mercado nacional e internacional. d. Avaliar as performances das marcas de forma institucional e comercial. e. Entender a gestão ambiental como fortalecimento da marca.			
EMENTA Gestão, Análise e Desenvolvimento de marcas. Habilitação na composição de ferramentas e técnicas para manter o ciclo de vida das marcas. Criação e Revitalização dos ativos empresariais sob o conceito do Patrimônio da Marca (Brand Equity). Tomada de decisões e estratégias de marca.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
CONSOLO, C. Marcas: design estratégico. Do símbolo à gestão da identidade corporativa . - São Paulo: Blucher, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MELO, B. et al. Gestão de marcas [recurso eletrônico] / ; [revisão técnica: Cristina Russo Galdes da Porciúncula]. – Porto Alegre: SAGAH, 2018. Disponível	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br			
TYBOUT, A. M.; CALKINS, T. (orgs). Branding . Tradução de Arlete Simile Marques; revisão técnica de Carlos Eduardo Lourenço. --São Paulo: Saraiva, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
HILLER, M. Branding [livro eletrônico]: a arte de construir marcas . --São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
SERRALVO, F. A.; YAMAGUTI, C. L. Gestão de Marcas no contexto brasileiro . São Paulo: Saraiva, 2008. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE
SCHULER, M. Gestão da imagem de organizações, marcas e produtos: através do MCI: Método para Configuração de Imagem . São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
REIS, C. N. Responsabilidade Social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social . 1ª Ed. São Paulo; Atlas, 2012.	05	Atualização da ementa responsabilidade social	DECISÃO DO NDE
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing .14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
ALVAREZ, F. Gestão eficaz de equipe de vendas: venda mais adequando sua equipe a clientes . São Paulo:Saraiva, 2008. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
PEREZ, C. Signos da marca: expressividade e sensorialidade . São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2004. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
NEUMEIER, M. Zag : a estratégia número 1 das marcas de sucesso . Porto Alegre: Bookman, 2009. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	80 h/a	66,66 h/r
-----------------------------	--------	-----------

OBJETIVOS			
a. Identificar os diferentes papéis que os compradores podem assumir no processo de decisão de compra. b. Explicar os estágios do processo de decisão de compra. c. Descrever o processo de adoção de novos produtos por parte do consumidor. d. Entender a importância no desenvolvimento da competência para trabalhar com a diversidade cultural e de gênero, conhecendo as relações étnico-raciais através da cultura afro-brasileira e indígena e o compromisso do profissional de marketing no respeito e desenvolvimento das diferentes culturas.			
EMENTA			
Consumidor individual e consumidor organizacional. O estudo do consumidor individual e suas interações. Modelo geral do comportamento do consumidor: estímulos externos e estímulos internos que influenciam no comportamento de compra. O conhecimento dos estágios do processo de decisão de compra. As teorias motivacionais: de Freud (motivação) e de Maslow (hierarquia das necessidades). Comportamento do consumidor e estratégias de marketing. Diferenças individuais e relações étnico-raciais.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing .14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
BANOV, M. Comportamento do consumidor : vencendo desafios . São Paulo: Cengage Learning, 2017. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
BANOV, M. Comportamento organizacional: melhorando o desempenho e o comprometimento no trabalho . 1 ed. - São Paulo : Atlas, 2019. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
KANAAE, R. Comportamento humano nas organizações : o desafio dos líderes no relacionamento intergeracional . 3 ed. - São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CAMARGO, P. C. J. Neuromarketing: a nova pesquisa de comportamento do consumidor . São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MINICUCCI, A. Relações humanas :		Edição	DECISÃO

psicologia das relações interpessoais. 6. ed [13. Reimpr.]. – São Paulo : Atlas, 2019. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	atualizada	DO NDE
GIGLIO, E. M. O Comportamento do Consumidor. 2ª Edição Revista e Ampliada. São Paulo: Pineira, 2002. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE
LIMEIRA, T. Comportamento do consumidor. São Paulo : Saraiva, 2008. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE
MERLO, E. Comportamento do consumidor. 1. ed. Rio de Janeiro : LTC, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
PERVIN, L. A.; OLIVER, P. J. Personalidade [recurso eletrônico] teoria e pesquisa. tradução Ronaldo Cataldo Costa. – 8. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : Artmed, 2008. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

PROJETO INTEGRADOR – ESTRATÉGIA DE MARKETING		70 h	
OBJETIVOS			
a. Fornecer aos alunos a formação necessária (teórica e prática) para elaboração de um Projeto Integrador de Pesquisa em todas as suas fases. b. Proporcionar também aos discentes a oportunidade de conscientização dos benefícios da visão globalizada da interdisciplinaridade do módulo. c. Estratégia de Marketing, aplicada de forma prática na investigação da realidade da estrutura atual da organização pesquisada, com o intuito de oferecer sugestões com projetos para melhoria.			
EMENTA			
Estratégia de Marketing. Definição de um projeto integrador de pesquisa. O projeto integrador e a organização. Fases do projeto integrador. Formas e execução de pesquisas científicas. Elaboração de um relatório nos parâmetros estabelecidos pelas normas da ABNT. Execução de atividades em grupo.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing .14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
ANDERSEN, T. Gestão estratégica : uma introdução . São Paulo : Saraiva, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE

ANDRADE, Maria Margarida de; MARTINS, João Alcino de Andrade. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	11	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
GIL, Antonio Carlos . Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.	10	Mantida	DECISÃO DO NDE
MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	15	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MEDEIROS, João B. Redação Científica. 11 ed. Atlas, 2009.	04	Mantida	DECISÃO DO NDE
PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. Metodologia científica. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning , 2011. 251 p.	07	Mantida	DECISÃO DO NDE
PRADO, L. D., Fernando. Metodologia de Projetos. São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
NBR 14724. Informação e documentação — Trabalhos acadêmicos — Apresentação. 3ª edição, ABNT , 2011. Disponível em www.ufrgs.br › cursopgdr › download › NBR14724	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Necessário para o desenvolvimento do projeto	DECISÃO DO NDE

3º MÓDULO – MARKETING E VAREJO

(Certificado de Qualificação Profissional Gestão Estratégica de Vendas e Varejo)

LOGÍSTICA DE ARMAZENAMENTO E DISTRIBUIÇÃO	80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Identificar os principais objetivos da função organizacional da administração de recursos materiais e patrimoniais b. Identificar os principais conhecimentos/meios/instrumentos necessários para atingir os objetivos. c. Reconhecer sistemas de medição, avaliação e <i>feedback</i> e sistemas informatizados de gestão dos recursos materiais e de patrimônio. d. Elaborar sistemas de gestão dos recursos materiais. e. Entender a gestão ambiental como uma importante estratégia de Marketing. f. Adquirir noções básicas de organização de eventos, planejamento e operacionalização.		
EMENTA		

Importância da logística na Nova Economia. Processamento de pedidos. Armazenagem. Movimentação de materiais. Administração e controle de estoques. Administração dos transportes. Canais de distribuição: função, tipos de canais: o varejo e o atacado, ECR: Resposta Eficiente do Consumidor, EDI: Troca Eletrônica de Dados. Noções básicas de organização de eventos. Estudos logísticos para a implantação do SGA – Sistema de Gestão Ambiental.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
CHRISTOPHER, M. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos . São Paulo, SP : Cengage, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
GRANT, D. Gestão de logística e cadeia de suprimentos . 1 Ed. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J.; COOPER, M. B.; BOWERSOX, J.C. Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos . 4ª Edição; Porto Alegre: AMGH, 2014. 6	06	Edição mais atual	DECISÃO DO NDE
ZITTA, C. Organização de Eventos: da ideia à realidade . 5ª edição, São Paulo, 2013.	06	Atualização da ementa	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
CAIXETA FILHO, J. Gestão logística do transporte de carga . 1 ed. São Paulo: Atlas, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ALVES, R. R.. Marketing Ambiental: Sustentabilidade Empresarial e Mercado Verde . Barueri, SP : Manole, 2017. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
WANKE, P. Estratégia e logística em empresas brasileiras: um enfoque em produtos acabados . São Paulo : Atlas, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
DIAS, M. A. P. Administração de materiais: uma sondagem logística . 5ª edição: São Paulo, 2010. 6	06	Mantida	DECISÃO DO NDE
ZANELLA, L.C. Manual de Organizações e Eventos: planejamento e operacionalização . 5ª edição; São Paulo: Atlas, 2012.	06	Atualização da ementa	DECISÃO DO NDE
NBR ISO 14001. Sistemas de gestão		Atualização	DECISÃO

ambiental — Requisitos com orientações para uso. ABNT , 2015. Disponível em https://www.ipen.br/biblioteca/slr/cel/N3127.pdf	Virtual Acesso Público	da ementa	DO NDE
--	---------------------------------------	-----------	---------------

TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO EM COMPRA E VENDA		80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Identificar os fatores que influem nos atos de compra e venda. b. Identificar as estratégias de distribuição de produtos. c. Participar de negociação de compras. d. Conhecer as diversas ferramentas de vendas: catálogo, Internet, telefone. e. Definir venda e negociação. f. Relacionar técnicas de Negociação e Fechamento.			
EMENTA Planejamento e principais etapas do ciclo de vendas: Prospecção, Identificação, aproximação, apresentação, objeções, fechamento e pós-venda. Noções de Vendas para clientes corporativos: identificação dos papéis de compra. Administração de Vendas. Metas de Vendas. A estrutura organizacional de vendas. Controles gerenciais. Canais de marketing e decisões que as empresas enfrentam no desenvolvimento, administração, avaliação e modificação de seus canais. Como as empresas podem criar vantagens através do desenvolvimento de estratégias junto aos canais.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MARTINELLI, D. Negociação empresarial : enfoque sistêmico e visão estratégica . 2 ed. Barueri, SP : Manole, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
DEMO, G. Marketing de relacionamento e comportamento do consumidor: estado da arte, produção nacional, novas medidas e estudos empíricos São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MOUTON, J. Negociação 1.ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ROCHA,M.; READE, D.; IGNÁCIO, S. Marketing B2B . São Paulo: Saraiva, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
----------------------------------	---	----------------------	------------------

	Virtual		
CAVALCANTI, M. ; FARAH, O. ; MARCONDES, L. Gestão estratégica de negócios : estratégias de crescimento e sobrevivência empresarial 3. ed. São Paulo, SP : Cengage, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
LEWICKI, D.; SAUNDERS, D. M. ; BARRY, B. Fundamentos de negociação. 5 ed. Porto Alegre : AMGH, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
CHIAVENATO, I. Gestão de vendas : uma abordagem introdutória: transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas. 3 ed. Barueri, SP : Manole, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CANARIM, E. Guia para a compra e venda de empresas: avaliação e negociação, due diligence, aspectos jurídicos e societários e governança corporativa nas empresas negociadas. 1 ed. Rio de Janeiro : LTC, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ZENARO, M. Técnicas de Negociação : como melhorar seu desempenho pessoal e profissional nos negócios. São Paulo : Atlas, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

TRADE MARKETING - PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING		80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Identificar os processos das promoções de vendas no varejo b. Implementar ferramentas de merchandising e trade marketing para promoção de vendas.			
EMENTA A disciplina aborda a importância da promoção de vendas como um fator na geração de vantagem competitiva dentro do mundo corporativo, buscando continuamente a fidelização e satisfação de seus clientes.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing. 14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
CHIAVENATO, I. Gestão de vendas : uma abordagem introdutória:	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas 3. ed. – Barueri, SP : Manole, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br			
LADEIRA, W. ; SANTINI, F. Merchandising e promoção de vendas: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
HARA, C. Logística : armazenagem, distribuição e trade marketing. Campinas:Alinea, 2005	02	Mantida	DECISÃO DO NDE
ALVAREZ, F. Gestão eficaz de equipe de vendas: venda mais adequando sua equipe a clientes. São Paulo:Saraiva, 2008. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
FRANCISCO, A. Trade marketing: A conquista do consumidor no ponto de venda. São Paulo: Saraiva, 2008. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CÔNSOLI, M. ; D'ANDREA, R. Trade marketing: estratégias de distribuição e execução de vendas. São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MALHOTRA, N. Design de loja e merchandising visual. 1ª Edição. São Paulo: Saraiva,2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

MATEMÁTICA FINANCEIRA APLICADA AO VAREJO	80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Integrar o raciocínio financeiro instrumentando o indivíduo a atuar nos processos de análise e tomada de decisões financeiras. b. Identificar os elementos indispensáveis para a compreensão dos conceitos de capital, taxa de juros, capitalizações simples e compostas, juros simples e compostos e descontos, c. Informar e possibilitar a compreensão dos temas apresentados no mercado financeiro brasileiro, bem como suas diversas aplicações na solução dos problemas encontrados.		
EMENTA		

Explorar a aplicação de conceitos de matemática financeira, considerando a compreensão do valor do dinheiro no contexto temporal. Estes conhecimentos atuam como uma ferramenta fundamental na análise de investimentos, instrumentalizando o administrador no processo de tomada de decisão. São enfocadas as fontes de financiamento públicas e privadas na promoção de empresas emergentes, o perfil do investidor em empresas emergentes e dos negócios realizados por eles, bem como as formas de financiamento no estágio seed.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
ALMEIDA, J. de Matemática financeira . 1. ed. Rio de Janeiro : LTC, 2016. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
AZEVEDO, G. Matemática financeira : princípios e aplicações São Paulo : Saraiva, 2015 Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ASSAF,N. Matemática financeira . edição universitária São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
PUCCINI, A. Matemática financeira: objetiva e aplicada .10.ed. São Paulo: Saraiva, 2017 Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
NASCIMENTO, M. Introdução a matemática financeira . São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
SAMANEZ, Carlos Patricio. Matemática Financeira: Aplicações à Análise de Investimentos . Prentice Hall, São Paulo, 2002.	07	Mantida	DECISÃO DO NDE
HAZZAN, S. Matemática financeira . 7. ed. – São Paulo : Saraiva, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE

PESQUISA DE VAREJO	40 h	33,33 h/r
OBJETIVOS a. Compreender a importância da ferramenta de pesquisa de mercado no contexto do processo de tomada de decisão em marketing. b. Identificar e caracterizar as etapas de uma pesquisa de mercado.		

- c. Conceituar Universo e amostra.
- d. Apontar qual o melhor planejamento amostral para uma dada pesquisa.
- e. Formular instrumentos de pesquisa e questionários que atendam aos objetivos da pesquisa.
- f. Identificar e evitar os possíveis vieses nas distintas fases da pesquisa de mercado.
- g. Desenvolver a habilidade investigativa e de pesquisa científica.

EMENTA

Introdução ao SIM - Sistema de Informações de Marketing; Dados, Informações e Conhecimento; Importância da Pesquisa de Marketing para o processo decisório; etapas de uma pesquisa de Marketing; pesquisas de novos mercados, tendências de consumo; execução e análise de Pesquisa de Marketing.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
LAS CASAS, A. Marketing de varejo . 5 Ed. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MOLA, J. Varejo 1.ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
BUHAMRA, C. Gestão de marketing no varejo: conceitos, orientações e práticas . São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CHURCHILL, G. A.; BROWN, T.J.; SUTER, A. T. Pesquisa básica de marketing . Tradução EZ2 Translate ; revisão técnica Rodney de Souza Nascimento. -- São Paulo : Cengage Learning, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
ZANOTTA, E. B. Pesquisa de marketing : foco na definição do problema e sua resolução - 1. ed. - São Paulo : Atlas, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CHURCHILL, G. A.; BROWN, T.J.; SUTER, A. T. Pesquisa básica de marketing . Tradução EZ2 Translate ; revisão técnica Rodney de Souza Nascimento. -- São Paulo : Cengage Learning, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
LAS CASAS, A. Marketing de varejo . 5 ed. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br			
GELMAN, J. J.; PARENTE, J. Varejo socialmente responsável [recurso eletrônico]– Dados eletrônicos. – Porto Alegre : Bookman, 2008. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
DIAS, Sergio Roberto. Pesquisa de Mercado , 1ª edição; São Paulo Saraiva, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

MARKETING E INOVAÇÃO		40 h	33,33 h/r
OBJETIVOS a. Ter consciência da importância do projeto de layout como estratégia competitiva num mercado acirrado e globalizado. b. Conhecer as inúmeras áreas de abrangência do marketing de varejo bem como a importância de um layout bem elaborado no PDV. c. Conhecer as ferramentas para a localização e layout no comportamento do mercado e do consumo dentro do composto de marketing de varejo d. Ter ciência de tópicos como: tendências do Layout de lojas para o marketing de varejo no século XXI. e. Reconhecer a tecnologia e a administração do fluxo de informação como estratégia de competitividade e eficiência diante das variáveis do macroambiente. f. Entender a contribuição que as diversas áreas do conhecimento podem colaborar para a formação de um profissional voltado para a administração mercadológica			
EMENTA Teoria da Localização. Localização e Varejo. Gestão por Categoria. Visual merchandising, estratégias, função e evolução. Plano de Merchandising. Layout no varejo. Projetos de Layout.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
TROTT, P. Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos . 4. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Bookman, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
LAS CASAS, A. Diferenciação e inovação em marketing: estratégias diferenciadas de marketing aplicadas aos diversos segmentos de mercado . São Paulo:Saraiva, 2007. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
AMBROSE, G. Layout 2. ed.Porto Alegre : Bookman, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
BUHAMRA, C. Gestão de marketing no varejo: conceitos, orientações e	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

práticas. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br			
---	--	--	--

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
LADEIRA, W. ; SANTINI, F. Merchandising e promoção de vendas: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
LAS CASAS, A. Marketing e nichos. São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
PROENÇA, A. Gestão da inovação e competitividade no Brasil : da teoria para a prática. Porto Alegre : Bookman, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
SCHERER, F. Gestão da inovação na prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2016. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
JUGEND, D.; SILVA, S.I. Inovação e desenvolvimento de produtos : práticas de gestão e casos brasileiros. - Rio de Janeiro : LTC, 2013. il. ; 24 cm. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

PROJETO INTEGRADOR – PLANEJAMENTO DE VENDAS	70 h
OBJETIVOS - Fornecer aos alunos a formação necessária (teórica e prática) para elaboração de um Projeto Integrador de Pesquisa em todas as suas fases. - Proporcionar também aos discentes a oportunidade de conscientização dos benefícios da visão globalizada da interdisciplinaridade do módulo. - Desenvolver o processo de um planejamento de vendas, aplicada de forma prática na investigação da realidade da estrutura atual da organização pesquisada, com o intuito de oferecer sugestões com projetos para melhoria.	
EMENTA Plano de vendas. Definição de um projeto integrador de pesquisa. O projeto integrador e a	

organização. Fases do projeto integrador. Formas e execução de pesquisas científicas. Elaboração de um relatório nos parâmetros estabelecidos pelas normas da ABNT. Execução de atividades em grupo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing .14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
CARVALHAIS, R.S.; PATTO, A. R. Como elaborar um plano de vendas . - Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2007.	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Mantida	DECISÃO DO NDE
ANDERSEN, T. Gestão estratégica : uma introdução . São Paulo : Saraiva, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ANDRADE, Maria Margarida de; MARTINS, João Alcino de Andrade. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação . 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	11	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
GIL, Antonio Carlos . Como elaborar projetos de pesquisa . 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.	10	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica . 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	15	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MEDEIROS, João B. Redação Científica . 11 ed. Atlas, 2009.	04	Mantida	DECISÃO DO NDE
PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. Metodologia científica . 2. ed. São Paulo: Cengage Learning , 2011. 251 p.	07	Mantida	DECISÃO DO NDE
PRADO, L. D., Fernando. Metodologia de Projetos . São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
NBR 14724. Informação e documentação — Trabalhos acadêmicos — Apresentação. 3ª	Virtual CONSULTA	Necessário para o desenvolvimento do projeto	DECISÃO DO NDE

edição, ABNT , 2011. Disponível em www.ufrgs.br > cursopgdr > download > NBR14724	PÚBLICA		
---	----------------	--	--

**4º MÓDULO – ABORDAGEM FINANCEIRA EM MARKETING E VAREJO
(Certificado de Qualificação Profissional em Comunicação e Marketing)**

MARKETING DIGITAL		80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS			
a. Compreender as diferenças sociais, financeiras, de raça, gênero e idade e aplicar este conhecimento ao uso de informática como meio de comunicação e vendas.			
b. Organizar um banco de dados com o conhecimento das ferramentas mais adequadas a cada necessidade, considerando custos e benefícios.			
c. Utilizar a internet, as novas mídias e principalmente as mídias digitais para alcançar clientes e manter um relacionamento com grupos e nichos de forma eficiente e a custos reduzidos.			
d. Otimizar verbas de comunicação dirigindo os esforços para públicos selecionados.			
e. Entender com mais facilidade as mudanças do mercado e reagir com mais velocidade às demandas dos clientes.			
f. Empreender por conta própria ou dentro de uma empresa e identificar oportunidades internas e externas no ambiente de negócios.			
EMENTA			
Segmentação de público versus Perfil do Consumidor; Comunicação com o cliente via e-mail e-mail; e-Mail Marketing; e-Mail Marketing versus SPAM; Banco de dados; CRM; Sites e hotsites; e-Commerce; Buscadores de conteúdo na Internet – Google, Yahoo, Bing; Mass Mídia em internet – formatos – banners, half banners, bottons, splashs, pop ups, etc. Links Patrocinados; Mídias Sociais; Marketing Viral; Convergência digital; Conteúdo patrocinado – reportagens, filmes, jogos; Conceito Freemium e exemplos; Novas tecnologias & Novas mídias; Novos negócios; A era do On Demand.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
ROCHA, M. Marketing: novas tendências . São Paulo, Saraiva, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
TURCHI, S. R. Estratégia de Marketing Digital e E-Commerce . São Paulo, Atlas, 2019. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ASSAD, N. Marketing de conteúdo: como fazer sua empresa decolar no meio digital . Ilustração Gabriel Lopes - 1. ed. - São Paulo : Atlas, 2016. 140 p.: il.; 21 cm. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
BUENO, Wilson da (org.). Estratégias de Comunicação nas Mídias Sociais . Barueri, SP : Manole, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CROCCO, L. Marketing : perspectivas e tendências . São Paulo : Saraiva, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE
BURKE, P. ; BRIGGS, A. Uma História social da mídia, De Gutenberg à internet . Rio de Janeiro: Zahar, 2002. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing .14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
OLIVEIRA, C. K. Gestão de vendas e negociação [recurso eletrônico] . Porto Alegre : SAGAH, 2019. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor . 4ª edição; Barueri; São Paulo: Manole, 2012.	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

PUBLICIDADE E PROPAGANDA	80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Compreender como se estabelece o processo de comunicação: identificando emissor, canal, mensagem, receptor e feedback. b. Como montar um plano de comunicação de acordo com as decisões de propaganda. c. Entender como que a neurociência cognitiva influencia no processo de percepção da propaganda. d. Conseguir montar um plano de publicidade e propaganda reconhecendo as particularidades do público e praça de distribuição. e. Capacitar para a criação publicitária com enfoque nos negócios de varejo. Entender a importância da segmentação para o estabelecimento de uma plano de propaganda.		
EMENTA Elementos básicos da comunicação Propaganda, Promoção e Relações Públicas Posicionamento, conceito e marca Segmentação Planejamento de comunicação e a função da propaganda Leis e cuidados Tipos de agências e tipos de clientes Briefing criativo O caminho criativo e a execução da mensagem Produção Gráfica e Eletrônica Mídia Sistema GRP Panorama dos Meios. Neurociência cognitiva. Propaganda de varejo. Canais alternativos de publicidade no ponto de venda. O ponto de venda como canal de comunicação com o cliente/consumidor.		

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
BELCH, G.E.; BELCH M. A. Propaganda e promoção [recurso eletrônico] : uma perspectiva da comunicação integrada de marketing . Tradução: Beth Honorato. – 9. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : AMGH, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
CHIACHIRI, R. O poder sugestivo da publicidade : uma análise semiótica . São Paulo : Cengage Learning, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
BRITO, A. Propaganda eleitoral na Internet . São Paulo : Saraiva, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MARTINS, Z. Propaganda é isso aí! : um guia para novos anunciantes e futuros publicitários . São Paulo : Saraiva, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
SANT'ANNA, A. ; JUNIOR, I. ; GARCIA, L. Propaganda : teoria, técnica e prática . 8. ed. São Paulo : Cengage Learning, 2009. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
GRACIOSO, F. Propaganda institucional : nova arma estratégica da empresa . 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2006. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
AFONSO, L.F. Publicidade abusiva e a proteção do consumidor idoso . São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
GIOIA, R. M. (coord.) et al. Decisões de Marketing: Os 4 P's . São Paulo: Saraiva, 2006. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
FORECHI, M. Concepções teóricas na propaganda [recurso eletrônico] ; [revisão técnica: Cristina Russo Gerales da Porciúncula] . – Porto Alegre: SAGAH, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

MARKETING DE RELACIONAMENTO		80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Compreender o marketing em seus estudos contemporâneos e tendências ligadas à valorização do cliente. b. Criar plano de ação que contemple atividades que possam valorizar as inter-relações dos diversos públicos de uma empresa. c. Conhecer os diversos mecanismos de informação voltados ao relacionamento e a adequação dos mesmos ao tamanho do negócio, sua estrutura e pessoal. d. Entender como o treinamento de pessoal pode contribuir para um relacionamento interno e externo de qualidade. e. Assessorar o varejista no gerenciamento de suas relações com o mercado.			
EMENTA Orientação para o mercado. Lealdade no varejo relacionada à percepção, satisfação e expectativa do consumidor. Sistema de Marketing na cadeia de relacionamento com o mercado: o contato com a empresa com seus colaboradores, clientes, fornecedores, consumidores. Serviço de atendimento ao consumidor. Data-base marketing. CRM. Telemarketing. Fidelização. Pesquisa de hábitos de consumo. A figura do Ombudsman. Processo de decisão de compra. Liderança. Gestão de pessoas. Tecnologia da informação: ferramentas de monitoração de clientes.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
DEMO, G. Marketing de relacionamento e comportamento do consumidor: estado da arte, produção nacional, novas medidas e estudos empíricos São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ZENONE, L. Fundamentos de marketing de relacionamento : fidelização de clientes e pós-venda. 2. ed. São Paulo : Atlas, 2017. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
GUMMESSON, Evert. Marketing de relacionamento total [recurso eletrônico] ; tradução Heloísa Fontoura ; revisão técnica Adalberto Belluomini. – 3. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : Bookman, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE
CAVALCANTI, M. ; FARAH, O. ; MARCONDES, L. Gestão estratégica de negócios : estratégias de crescimento e sobrevivência empresarial 3. ed. São Paulo, SP : Cengage, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição atualizada	DECISÃO DO NDE

ALVEZ, F. Gestão estratégica de clientes . São Paulo : Saraiva, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
---	---------	-----------------	-----------------------

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
BORBA, V. Marketing de relacionamento para organizações de saúde . 1 Ed. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MADRUGA, R. Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM . – 2. ed. – São Paulo : Atlas, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada por necessidade de atividade prática	DECISÃO DO NDE
SILVA, F. ; ZAMBON, M. Gestão do relacionamento com o cliente 3. ed. São Paulo, SP : Cengage, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
REBÊLO, F. Atividade econômica e publicidade comparativa : a defesa do consumidor e da concorrência . São Paulo : Atlas, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
PROENÇA, A. Gestão da inovação e competitividade no Brasil : da teoria para a prática . Porto Alegre : Bookman, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ZOGBI, E. A técnica de observação do consumidor . São Paulo: Salta, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING	80 h/a	66,66 h/r
OBJETIVOS a. Executar, a partir do conceito, a comunicação mercadológica voltada para o varejo. b. Relacionar a Teoria da Comunicação e a Semiótica com as atividades de marketing e vendas. c. Identificar as ferramentas para manter um bom relacionamento com a imprensa, consumidores e colaboradores: comunicação empresarial, assessoria de imprensa e endomarketing. d. Elaborar planos para estabelecer controle sobre as ações no ponto de venda. e. Promover ações que possam estimular o consumidor no momento da compra.		
EMENTA		

Canais de comunicação com o varejo. Comunicação no ponto de venda. Exhibitécnica. Vitrinismo. Mercado de varejo. Elementos básicos da comunicação Planejamento de comunicação. Briefing de comunicação. Produção Gráfica e Eletrônica Planejamento promocional. Pesquisa mercadológica. Planejamento e organização de Eventos Merchandising. Assessoria de imprensa. Endomarketing. Comunicação empresarial. Marketing de incentivo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
LADEIRA, W. ; SANTINI, F. Merchandising e promoção de vendas: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
GROSS, M. Dicas práticas de comunicação : boas ideias para os relacionamentos e os negócios 1. ed. – São Paulo: Trevisan Editora, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MARCONI, M. Técnicas de pesquisa 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018 Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MARTINS, Z. Propaganda é isso aí! : um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo : Saraiva, 2010. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE
CHIAVENATO, I. Gestão de vendas : uma abordagem introdutória: transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas. 3. ed. – Barueri, SP : Manole, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
LAS CASAS, A. Marketing de varejo. 5 Ed. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
SHIMP, T. Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. São Paulo : Cengage Learning, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
BUENO, W. C. Comunicação empresarial e sustentabilidade. Barueri, SP : Manole,	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br			
--	--	--	--

ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM MARKETING		40 h/a	33,33 h/r
OBJETIVOS a. Distinguir entre Moral e Ética e compreender a importância de padrões éticos de comportamento para o desenvolvimento econômico e da sociedade em geral. b. Aplicar conceitos éticos na condução do marketing e de empresas em geral, como condição para a perenidade dos negócios. c. Conhecer e aplicar os grandes marcos de defesa do consumidor presentes no ordenamento jurídico do país, assim como, a universalidade do assunto pautado nos direitos humanos.			
EMENTA Ética e Direito do Consumidor. Noção de Ética, Moral, Direito. Ética empresarial. Conceitos básicos de Direito do Consumidor. Consumidor, Fornecedor. Defeitos, Vícios. Propaganda enganosa, abusiva, adequada. O dever de informar. Marketing e ética. O Código de Defesa do Consumidor. A auto-regulamentação publicitária e o CONAR. Direitos Humanos.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
SANTOS, F. A. Ética empresarial . 1. ed. – [3a. Reimpr.]. – São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
DEMO, G. Marketing de relacionamento e comportamento do consumidor: estado da arte, produção nacional, novas medidas e estudos empíricos . São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
FILOMENO, J. Tutela administrativa do consumidor: atuação dos PROCONS, legislação, doutrina e jurisprudência . São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
GRINOVER, A. P. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto: direito material e processo coletivo : volume único – 12. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2019. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MATIAS PEREIRA, J. Manual de defesa		Obra	DECISÃO

da concorrência: política, sistema e legislação antitruste brasileira São Paulo: Atlas, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	atualizada	DO NDE
ARAKAKI, F. F. S.; VIERO, G. M. Direitos humanos [recurso eletrônico] / [revisão técnica: Renato Selayaram]. – Porto Alegre : SAGAH, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada em consequência da inserção do assunto de direitos humanos na ementa	DECISÃO DO NDE
BARSANO, P. Legislação aplicada à segurança do trabalho . 1 ed. São Paulo: Érica, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
DIAS, R. Responsabilidade Social: fundamentos e gestão . São Paulo; Atlas, 2012. 6	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ATLAS, E. Código de Defesa do Consumidor: Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 . 30 ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

MARKETING SOCIAL		40 h/a	33,33 h/r
OBJETIVOS a. Planejar atividades de administração de trabalho voluntário, comunicação de terceiro setor e princípios da legislação específica. b. Compreender fontes de dados, pesquisas e informações de mercado para planejar ações de obras assistenciais ou assistencialistas. c. Auxiliar na confecção de planos e projetos de terceiro setor. d. Conhecer ferramentas de captação de recursos e fund raising. e. Implantar canais de comunicação entre empresas e suas comunidades. f. Identificar oportunidades de melhorias e processos de melhoria constante dentro e fora do ambiente empresarial. g. Entender a relação entre Marketing Social, educação e gestão ambiental.			
EMENTA Trabalho Voluntário; Introdução ao Terceiro Setor: Fundações, Instituições sem fins lucrativos, ONGs e OSCIPs; Marketing para o terceiro setor; Construção de marcas para entidades do terceiro setor; Ações sociais; Marketing para instituições sem fins lucrativos; Captação de recursos; Preocupações dos novos consumidores com saúde, bem-estar e qualidade de vida; Responsabilidade Social das Empresas; Meio Ambiente; Reciclagem; Novos negócios; Empreendedorismo; Empreendedorismo interno.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
LEE, N. R; KOTLER, P.. Marketing Social . Tradução de Herbert do	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

Nascimento, Elaine Pereira. – São Paulo: Saraiva Educação, 2020. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br			
TACHIZAWA, T. Organizações não governamentais e terceiro setor : criação de ONGs e estratégias de atuação. 6. ed. São Paulo : Atlas, 2014. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
KOTLER, P.; LEE, N.R. Marketing Social: influenciando comportamentos para o bem. 3ª edição; Porto Alegre: Bookman, 2011.	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
DORNELAS, J. Empreendedorismo na Prática Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso. 3 Ed. Rio de Janeiro : LTC, 2015. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
			DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
FÍGARO, R. Gestão da Comunicação : no mundo do trabalho, terceiro setor e cooperativismo. São paulo: Atlas, 2005. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
DORNELAS, J. Empreendedorismo - Transformando Idéias em Negócios. 5ª edição; Rio de Janeiro; Empreende?LTC, 2014. 6	06	Mantida	DECISÃO DO NDE
CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo - Dando Asas ao Espírito Empreendedor. 4ª Ed.; Barueri; SP: Manole, 2012.	06	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
SANTOS, Milton. Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Ed. Record, 2000.	02	Mantida	DECISÃO DO NDE

LIBRAS	40 h/a	33,33 h/r
OBJETIVOS - Reconhecer a importância da história da educação dos surdos e as leis pertinentes. - Identificar a LIBRAS como a segunda língua oficial brasileira. - Entender a relação do surdo com o mundo do trabalho e a orientação profissional contextualizada na atuação do profissional de Marketing. - Aprender noções básicas da Língua de Sinais.		
EMENTA		

Prática e embasamento teórico da Libras como a mais apropriada modalidade de comunicação entre surdos e ouvintes. Reflexão referente à valorização e ao respeito da diversidade linguística e sociocultural surda.

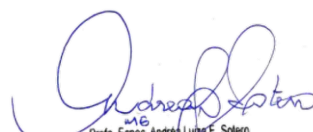
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
PLINSKI, R. R. K.; MORAIS, C. E. L.; ALENCASTRO, M. I. Libras [recurso eletrônico] / [revisão técnica: Joelma Guimarães]. – Porto Alegre: SAGAH, 2018. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
GESSER, Audrei. Libras? Que língua é essa? : crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda . 2009. ed. São Paulo: Parábola, 2009, 87 p.: ISBN 9788579340017.	05	Mantida	DECISÃO DO NDE
CRUZ, C.R.; QUADROS, R.M. Língua de Sinais: instrumentos de avaliação . Porto Alegre: Artmed, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
QUADROS, R. M. Educação de surdos [recurso eletrônico]: a aquisição da linguagem . – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : Artmed, 2008. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
LOPES, M. C. Surdez & Educação / – 2. ed. rev. ampl. – Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
PLANALTO. Decreto 5.626/2005. Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Brasília , 2005.	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Mantida	DECISÃO DO NDE
BRASIL. SECRETARIA DE EDUCAÇÃO ESPECIAL . O Ensino de língua portuguesa para surdos: caminhos para a prática pedagógica. Colaboração de Heloisa Moreira Lima Sales. Brasília:DF: MEC/SEESP, 2004. V 1, V 2.	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Mantida	DECISÃO DO NDE
BRASIL. SECRETARIA DE EDUCAÇÃO ESPECIAL . Programa nacional de apoio à educação de surdos: o tradutor e interprete da língua brasileira de sinais e	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Mantida	DECISÃO DO NDE

língua portuguesa. Brasília: MEC; SEESP, 2004.			
KARNOPP, L.B.; QUADROS, R.M. Língua de Sinais Brasileira [recursos eletrônicos]: estudos linguísticos . Porto Alegre: Artmed, 2007. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Congresso surdez: família, linguagem, educação . Rio de Janeiro: INES, 2006. 350 p.	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Mantida	DECISÃO DO NDE

PROJETO INTEGRADOR – PLANEJAMENTO DE MARKETING		60 h	
OBJETIVOS			
d. Fornecer aos alunos a formação necessária (teórica e prática) para elaboração de um Projeto Integrador de Pesquisa em todas as suas fases. e. Proporcionar também aos discentes a oportunidade de conscientização dos benefícios da visão globalizada da interdisciplinaridade do módulo. f. Desenvolver o processo de um planejamento de Marketing, aplicada de forma prática na investigação da realidade da estrutura atual da organização pesquisada, com o intuito de oferecer sugestões com projetos para melhoria.			
EMENTA			
Plano de vendas. Definição de um projeto integrador de pesquisa. O projeto integrador e a organização. Fases do projeto integrador. Formas e execução de pesquisas científicas. Elaboração de um relatório nos parâmetros estabelecidos pelas normas da ABNT. Execução de atividades em grupo.			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
KOTLER, P. ; KELLER, K.L. Administração de Marketing .14. Ed. São Paulo: Person Educacion, 2012. 8	08	Mantida	DECISÃO DO NDE
ANDERSEN, T. Gestão estratégica : uma introdução . São Paulo : Saraiva, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Obra atualizada	DECISÃO DO NDE
ANDRADE, Maria Margarida de; MARTINS, João Alcino de Andrade. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação . 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	11	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE
GIL, Antonio Carlos . Como elaborar projetos de pesquisa . 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.	10	Mantida	DECISÃO DO NDE
MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica . 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.	15	Edição mais atualizada	DECISÃO DO NDE

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	Quantidade de Exemplar/ Biblioteca Virtual	JUSTIFICATIVA	REFERENDO
MEDEIROS, João B. Redação Científica . 11 ed. Atlas, 2009.	04	Mantida	DECISÃO DO NDE
PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. Metodologia científica . 2. ed. São Paulo: Cengage Learning , 2011. 251 p.	07	Mantida	DECISÃO DO NDE
PRADO, L. D., Fernando. Metodologia de Projetos . São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br	Virtual	Mantida	DECISÃO DO NDE
NBR 14724. Informação e documentação — Trabalhos acadêmicos — Apresentação. 3ª edição, ABNT , 2011. Disponível em www.ufrgs.br > cursopqdr > download > NBR14724	Virtual CONSULTA PÚBLICA	Por necessidade de desenvolvimento do Projeto	DECISÃO DO NDE



Prof. Espec. André Luiz E. Solero
 Coordenador de Curso
 RG nº 19.423.790