

RESOLUÇÃO n. 19/2013/COLEGIADO UNACSA

Aprova as Disciplinas Equivalentes da UNACSA, revogando as resoluções 15/2012 Colegiado UNACSA e 17/2012 Colegiado UNACSA.

A Presidente do Colegiado da Unidade Acadêmica de Ciências Sociais Aplicadas – UNACSA, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, no uso de suas atribuições, atendendo as necessidades Institucionais e a decisão do Colegiado da Unidade Acadêmica de Ciências Sociais Aplicadas – UNACSA em reunião do dia 27 de junho de 2013, RESOLVE:

Art. 1º - Aprovar as Disciplinas Equivalentes da UNACSA, revogando as resoluções 15/2012 Colegiado UNACSA e 17/2012 Colegiado UNACSA.

Art. 2º - As demais disciplinas ficam mantidas das Disciplinas Equivalentes da UNACSA conforme o anexo desta resolução.

Art. 3º - É dever das coordenações de cada curso de graduação integrante da UNACSA, ao promoverem a alteração das matrizes curriculares respectivas, observarem restritivamente e inserirem na nova matriz as disciplinas e ementas propostas no anexo da presente resolução.

Art. 4º - Esta Resolução entra em vigor nesta data revogando as resoluções n. 15/2012 Colegiado da UNACSA, 17/2012 Colegiado da UNACSA e as disposições em contrário.

Criciúma, 27 de junho de 2013.



PROF^ª. KÁTIA AURORA DALLA LIBERA SORATO
PRESIDENTE DO COLEGIADO DA UNACSA

ANEXO DA RESOLUÇÃO n. 17/2012/COLEGIADO UNACSA

Quando da construção do Planejamento Estratégico da UNACSA, iniciado em 2010 e finalizado em 2011, na revisão do ambiente interno, constatou-se a necessidade de a Unidade Acadêmica identificar e uniformizar as ementas das disciplinas do núcleo comum a fim de melhorar a logística de matrícula, dando, principalmente, mobilidade ao acadêmico entre os cursos da UNACSA; mas também otimização de professores e espaço físico.

Com o objetivo de realizar estudo acerca das disciplinas equivalentes que poderiam compor o núcleo comum, a Diretoria da UNACSA instituiu comissão, com pelo menos um integrante representando cada curso da Unidade, em 19 de outubro de 2011, conforme Portaria N. 09/2011/DIRETORIA DA UNACSA.

Primeiramente os componentes da comissão identificaram as disciplinas que são equivalentes ou possíveis de aproveitamento entre os cursos da Unidade Acadêmica. Na segunda etapa, foram analisadas as ementas das referidas disciplinas e elaboradas propostas de nome e ementas de disciplinas que pudessem atender as necessidades de todos os cursos da UNACSA.

Os critérios para construção das propostas de ementas foram: a) estruturar os conteúdos da ementa de forma hierárquica, conforme descreve a taxonomia de Bloom, do conteúdo menos ao mais complexo; b) privilegiar o conteúdo do curso de origem da disciplina. Por fim foram verificadas as disciplinas que deveriam compor o núcleo comum e as que devem permanecer somente como equivalentes.

A proposta foi encaminhada aos coordenadores dos cursos para que, em conjunto com seus pares, pudessem fazer a apreciação da proposta e, se fosse o caso, ainda sugerir mudanças.

Cumprida essa etapa, a proposta foi encaminhada ao colegiado da UNA para análise e aprovação.



CURSO/IMC	CÓD/ DISCIPLINA ATUAL/ CRÉD	EMENTA ATUAL	EQUIVALENTE	
			DISCIPLINA PROPOSTA / CRÉD	EMENTA PROPOSTA
Economia / 3	11563 / Análise de Investimentos / 4	Principais conceitos de análise de investimento. Métodos determinísticos, efeitos de depreciação e da tributação. Derivações da análise de investimentos: métodos de substituição de equipamentos e análise sob condições de risco e incerteza.		
Ciências Contábeis / 5	10934 / Análise Financeira de Investimentos / 4	A função financeira nas empresas. Alavancagem e estrutura de capital. Orçamentos de capital. Técnicas de análise. Decisões de investimento: métodos de avaliação e custo de capital. Risco e retorno. Seleção de investimentos. Diversificação de investimentos. Tópicos especiais e/ou interdisciplinares.		Função financeira nas empresas. Conceitos de análise de investimento. Engenharia Econômica: Métodos determinísticos. Análise sob condições de riscos e incertezas. Métodos de depreciação. Efeitos de depreciação e da tributação.
Administração / 3	12525 / Análise Econômica e Financeira / 4	Introdução à Engenharia Econômica; Método do Valor Presente Líquido; Método da Taxa Interna de Retorno; Método Benefício e Custo; Métodos de depreciação; A operação Leasing.	Análise Econômica e Financeira de Investimentos / 4	
Administração / 7	12280 / Análise Econômica e Financeira / 4	Introdução à Engenharia Econômica; Método do Valor Presente Líquido; Método da Taxa Interna de Retorno; Método Benefício e Custo; Métodos de depreciação; A operação Leasing.		
Administração com linha em Comércio Exterior / 3	11315 / Análise Econômica e Financeira / 4	Introdução à Engenharia Econômica; Método do Valor Presente Líquido; Método da Taxa Interna de Retorno; Método Benefício e Custo; Métodos de depreciação; A operação Leasing.		
Ciências Contábeis / 5	10942 / Contabilidade e Mercado de Capitais / 4	Sistema financeiro nacional. Natureza dos mercados financeiros. Políticas econômicas. Mercado de capitais. Mercado bancário. Empresas de capital aberto e fechado. Tipos de ações. Debêntures. Partes Beneficiárias. Tópicos especiais e/ou interdisciplinares.		Globalização financeira. Políticas econômicas. Sistema financeiro nacional: evolução, estrutura e funcionamento. Ativos financeiros. Mercado de capitais à vista, futuro e de opções. Análise de retorno e risco nos investimentos. Instrumentos de tomada de decisão: análise fundamentalista e técnica. Simulador on-line de investimentos.
Economia / 3	11571 / Mercado de Capitais / 4	Introdução ao mercado de capitais. Ativos financeiros. Poupança, CDB/RDB, FUNDOS de investimentos. Sistema financeiro Nacional. Sociedades Anônimas. Investimentos em Mercados de Capitais. Desenvolvimento econômico e mercado de capitais. A internacionalização do Mercado de Capitais. CVM. BOVESPA. BM&F. Mercado de Opções. Mercado de Derivados. Securitização.	Mercado de capitais / 4	
Tecnologia em Gestão Financeira / 1	14565 / Mercado Financeiro e de Capitais / 4	Globalização financeira. Sistema financeiro nacional. Evolução, estrutura e funcionamento básico dos mercados financeiros. Mercado de capitais no Brasil. Ativos financeiros do mercado financeiro nacional. Bolsa de valores e mercados de capitais. Mercados futuros e de opções. Mercado de títulos. Mercado de câmbio. Mercado de ações. Mercado de derivativos. Fundos de investimentos. Instrumentos de tomada de decisão para investimento em bolsa de valores. Trinômio liquidez, rentabilidade e segurança. Retorno e risco nos investimentos. Precificação de ações. Índices benchmarks. Gestão de carteira de ações. Simulador on-line de investimentos.		

Tecnologia em Gestão Financeira / 1	14561 / Orçamento Empresarial / 4	<p>Importância e uso da gestão orçamentária na empresa. Relação do orçamento empresarial com o planejamento estratégico. Elaboração de cenários. Sistema orçamentário. Estimativas de participação de mercado. Orçamento de vendas, produção, custos e despesas operacionais, investimentos e caixa. Payback dos investimentos. Uso de demonstrativos projetados. Análise de simulação de resultado.</p>	Orçamento empresarial / 4	<p>Relação do orçamento com o planejamento estratégico. Aspectos fundamentais de orçamento empresarial. Sistema orçamentário global. Tipos de orçamentos: vendas, produção, custos e despesas operacionais, investimentos e caixa. Demonstrações financeiras projetadas. Controle orçamentário. Análise orçamentária.</p>
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13098 / Fundamentos de Marketing / 2	Desenvolvimento dos fundamentos de marketing. Atividades de administração do processo de marketing. Gestão estratégica das ações de marketing. A interação do produto, preço, praça e promoção. Análise de mercado e segmentação de mercado. Definição de público	Fundamentos de Marketing / 2	<p>Noções básicas de marketing. Atividades de administração do processo de marketing. Marketing estratégico. Gestão estratégica das ações de marketing. A interação do Produto, Preço, Praça e Promoção.</p>
Tecnologia em Gestão de Marketing / 3	11384 / Fundamentos de Marketing / 2	Desenvolvimento dos fundamentos de marketing. Atividades de administração do processo de marketing. Gestão estratégica das ações de marketing. A interação do produto, preço, praça e promoção. Análise de mercado e segmentação de mercado. Definição de público		
Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos / 3	11347 / Fundamentos de Marketing / 2	Desenvolvimento dos fundamentos de marketing. Atividades de administração do processo de marketing. Gestão estratégica das ações de marketing. A interação do produto, preço, praça e promoção. Análise de mercado e segmentação de mercado. Definição de público		
Tecnologia em Processos Gerenciais / 3	11720 / Fundamentos de Marketing / 2	Desenvolvimento dos fundamentos de marketing. Atividades de administração do processo de marketing. Gestão estratégica das ações de marketing. A interação do produto, preço, praça e promoção. Análise de mercado e segmentação de mercado. Definição de público		
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13099 / Fundamentos de Vendas / 2	Introdução e conceituação de vendas. Planejamento associado ao desempenho do vendedor. Conhecimento e atitudes como fatores de sucesso do vendedor. A arte de vendas como estratégias de diferenciação nas ações do vendedor. Simulação de vendas.		
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13105 / Técnicas de Negociação / 2	Tipos e formas de negociação. Estratégias de negociação. Preparação e etapas da negociação. Perfis dos negociadores. Argumentação	Técnicas de Negociação / 2	<p>Tipos e formas de negociação. Estratégias de negociação. Preparação e etapas da</p>
Tecnologia em	11755 / Técnicas de	Tipos e formas de negociação. Estratégias de negociação. Preparação e etapas da		

Processos Gerenciais / 3	Negociação / 2	negociação. Perfis dos negociadores. Argumentação	negociação. Perfis dos negociadores. Argumentação
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13107 / Marketing de Relacionamento / 2	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.
Tecnologia em Gestão Comercial / 1 (Modalidade de Educação à distância)	16338 / Marketing de Relacionamento / 2	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.
Tecnologia em Gestão de Negócios Imobiliários / 1 (Modalidade de Educação à distância)	16300 / Marketing de Relacionamento / 2	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.
Tecnologia em Gestão de Marketing / 3	11400 / Marketing de Relacionamento / 2	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.
Tecnologia em Processos Gerenciais / 3	11737 / Marketing de Relacionamento / 2	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.	O valor do cliente para a empresa. Marketing de relacionamento: Como Captar, Reter e Fidelizar Clientes. CRM. Serviço de atendimento ao consumidor. O serviço pós-venda. Processos de produção e tratamento das respostas do consumidor e avaliação.
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13109 / Desenvolvimento de Novos Produtos / 4	Importância, definição e caracterização de novos produtos. Introdução ao mercado e o caminho do desenvolvimento do novo produto. Relação sucesso x insucesso de um novo produto com o planejamento do projeto. Mensuração e previsão da demanda. Definições sobre os modelos de estruturas organizacionais das empresas e o desenvolvimento de novos produtos. Definições, atribuições e competências das funções de Gerente de Produtos e Gerente de Negócios com o desenvolvimento de um novo produto/serviço. Competências, atribuições e definições da área de P&D (Planejamento e Desenvolvimento) de uma empresa. Definições sobre design, estilos e conceitos que agregam valor aos produtos e serviços.	Importância, definição e caracterização de novos produtos. Introdução ao mercado e o caminho do desenvolvimento do novo produto. Relação sucesso x insucesso de um novo produto com o planejamento do projeto. Mensuração e previsão da demanda. Definições sobre os modelos de estruturas organizacionais das empresas e o desenvolvimento de novos produtos. Definições, atribuições e competências das funções de Gerente de Produtos e Gerente de Negócios com o desenvolvimento de um novo produto/serviço. Competências, atribuições e definições da área de P&D (Planejamento e Desenvolvimento) de uma empresa. Definições sobre design, estilos e conceitos que agregam valor aos produtos e serviços.
Tecnologia em Gestão Comercial / 1 (Modalidade de Educação à distância)	16329 / Desenvolvimento de Novos Produtos / 4	Importância, definição e caracterização de novos produtos. Introdução ao mercado e o caminho do desenvolvimento do novo produto. Relação sucesso x insucesso de um novo produto com o planejamento do projeto. Mensuração e previsão da demanda. Definições sobre os modelos de estruturas organizacionais das empresas e o desenvolvimento de novos produtos.	Importância, definição e caracterização de novos produtos. Introdução ao mercado e o caminho do desenvolvimento do novo produto. Relação sucesso x insucesso de um novo produto com o planejamento do projeto. Mensuração e previsão da demanda. Definições sobre os modelos de estruturas organizacionais das empresas e o desenvolvimento de novos produtos.

Tecnologia em Gestão de Marketing / 3	11392 / Desenvolvimento de Novos Produtos / 4	<p>Definições, atribuições e competências das funções de Gerente de Produtos e Gerente de Negócios com o desenvolvimento de um novo produto/serviço. Competências, atribuições e definições da área de P&D (Planejamento e Desenvolvimento) de uma empresa. Definições sobre design, estilos e conceitos que agregam valor aos produtos e serviços.</p> <p>Importância, definição e caracterização de novos produtos. Interação consumidor e novos produtos. Introdução ao mercado e o caminho do desenvolvimento do novo produto. Relação sucesso x insucesso de um novo produto com o planejamento do projeto. Mensuração e previsão da demanda. Definições sobre os modelos de estruturas organizacionais das empresas e o desenvolvimento de novos produtos. Definições, atribuições e competências das funções de Gerente de Produtos e Gerente de Negócios com o desenvolvimento de um novo produto/serviço. Competências, atribuições e definições da área de P&D (Planejamento e Desenvolvimento) de uma empresa. Definições sobre design, estilos e conceitos que agregam valor aos produtos e serviços.</p>		Gerente de Produtos e Gerente de Negócios com o desenvolvimento de um novo produto/serviço. Competências, atribuições e definições da área de P&D (Planejamento e Desenvolvimento) de uma empresa. Definições sobre design, estilos e conceitos que agregam valor aos produtos e serviços.
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13112 / Fundamentos da Importação e Exportação / 2	Introdução à exportação; Despacho de exportação; Estrutura do comércio exterior brasileiro; Aspectos Administrativos; Regimes aduaneiros especiais; Incentivos e benefícios à exportação; Documentação na exportação; Comercialização; Canais de Distribuição; Políticas Comerciais; Mercados; Barreiras do comércio exterior brasileiro. Introdução a importação; Classificação das importações; Documentos na importação; passos do desembaraço na importação, regimes especiais e atípicos na importação. Siscomex, Incoterms. Modalidades de pagamento e recebimento no comércio exterior.		Introdução à exportação; Despacho de exportação; Estrutura do comércio exterior brasileiro; Aspectos Administrativos; Regimes aduaneiros especiais; Incentivos e benefícios à exportação; Documentação na exportação; Comercialização; Canais de Distribuição; Políticas Comerciais; Mercados; Barreiras do comércio exterior brasileiro. Introdução a importação; Classificação das importações; Documentos na importação; passos do desembaraço na importação, regimes especiais e atípicos na importação. Siscomex, Incoterms. Modalidades de pagamento e recebimento no comércio exterior.
Tecnologia em Processos Gerenciais / 3	11746 / Fundamentos da Importação e Exportação / 2	Introdução à exportação; Despacho de exportação; Estrutura do comércio exterior brasileiro; Aspectos Administrativos; Regimes aduaneiros especiais; Incentivos e benefícios à exportação; Documentação na exportação; Comercialização; Canais de Distribuição; Políticas Comerciais; Mercados; Barreiras do comércio exterior brasileiro. Introdução a importação; Classificação das importações; Documentos na importação; passos do desembaraço na importação, regimes especiais e atípicos na importação. Siscomex, Incoterms. Modalidades de pagamento e recebimento no comércio exterior.	Fundamentos da Importação e Exportação / 2	Introdução à exportação; Despacho de exportação; Estrutura do comércio exterior brasileiro; Aspectos Administrativos; Regimes aduaneiros especiais; Incentivos e benefícios à exportação; Documentação na exportação; Comercialização; Canais de Distribuição; Políticas Comerciais; Mercados; Barreiras do comércio exterior brasileiro. Introdução a importação; Classificação das importações; Documentos na importação; passos do desembaraço na importação, regimes especiais e atípicos na importação. Siscomex, Incoterms. Modalidades de pagamento e recebimento no comércio exterior.
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13113 / Gestão Estratégica de Serviços / 2	Importância estratégica dos serviços na economia. Conceito, características e elementos dos serviços. Serviços como diferencial competitivo. Gestão do cliente interno nas operações de serviços. Marketing de serviços. Comportamento e expectativa do consumidor de serviços. Análise e proposta de valor fornecido ao	Gestão Estratégica de Serviços / 2	Importância estratégica dos serviços na economia. Conceito, características e elementos dos serviços. Serviços como diferencial competitivo. Gestão do cliente interno nas operações de serviços. Marketing de serviços. Comportamento e expectativa do consumidor de serviços. Análise e proposta de valor fornecido ao

Tecnologia em Processos Gerenciais / 3	11729 / Gestão Estratégica de Serviços / 2	<p>consumidor de serviços. Formulação da oferta de serviços. Operações de serviços: especificidades, dimensões e classificação. Formulação das estratégias de serviços e análise das forças competitivas. Avaliação da qualidade e melhoria do sistema de serviços. Planejamento, programação e controle das operações de serviços.</p> <p>Importância estratégica dos serviços na economia. Conceito, características e elementos dos serviços. Serviços como diferencial competitivo. Gestão do cliente interno nas operações de serviços. Marketing de serviços. Comportamento e expectativa do consumidor de serviços. Análise e proposta de valor fornecido ao consumidor de serviços. Formulação da oferta de serviços. Operações de serviços: especificidades, dimensões e classificação. Formulação das estratégias de serviços e análise das forças competitivas. Avaliação da qualidade e melhoria do sistema de serviços. Planejamento, programação e controle das operações de serviços.</p>		<p>competitivo. Gestão do cliente interno nas operações de serviços. Marketing de serviços.</p> <p>Comportamento e expectativa do consumidor de serviços. Análise e proposta de valor fornecido ao consumidor de serviços.</p> <p>Formulação da oferta de serviços. Operações de serviços: especificidades, dimensões e classificação. Formulação das estratégias de serviços e análise das forças competitivas. Avaliação da qualidade e melhoria do sistema de serviços. Planejamento, programação e controle das operações de serviços.</p>
Tecnologia em Gestão de Marketing / 3	11418 / Gestão Estratégica de Serviços / 2	<p>Importância estratégica dos serviços na economia. Conceito, características e elementos dos serviços. Serviços como diferencial competitivo. Gestão do cliente interno nas operações de serviços. Marketing de serviços. Comportamento e expectativa do consumidor de serviços. Análise e proposta de valor fornecido ao consumidor de serviços. Formulação da oferta de serviços. Operações de serviços: especificidades, dimensões e classificação. Formulação das estratégias de serviços e análise das forças competitivas. Avaliação da qualidade e melhoria do sistema de serviços. Planejamento, programação e controle das operações de serviços.</p>		
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13116 / Análise Financeira e de Crédito / 4	<p>Análise financeira: Função financeira da empresa. Definição das metas; Avaliação dos resultados; Indicadores econômicos e financeiros. Análise de Crédito: Conceito, importância e limite do crédito; Os "C" tradicionais do crédito; Garantias; Títulos de créditos; Ficha cadastral; Proposta de crédito; Checagem; Avaliação de riscos; Mecanismos de proteção ao crédito. Tomada de decisão de crédito. Sistemas de análise de crédito e score de crédito do cliente.</p>		<p>Análise financeira: Função financeira da empresa. Definição das metas; Avaliação dos resultados; Indicadores econômicos e financeiros. Análise de Crédito: Conceito, importância e limite do crédito; Os "C" tradicionais do crédito; Garantias; Títulos de créditos; Ficha cadastral; Proposta de crédito; Checagem; Avaliação de riscos; Mecanismos de proteção ao crédito. Tomada de decisão de crédito. Sistemas de análise de crédito e score de crédito do cliente.</p>
Tecnologia em Gestão Comercial / 1 (Modalidade de Educação à distância)	16341 / Análise Financeira e de Crédito / 4	<p>Análise financeira: Função financeira da empresa. Definição das metas; Avaliação dos resultados; Indicadores econômicos e financeiros. Análise de Crédito: Conceito, importância e limite do crédito; Os "C" tradicionais do crédito; Garantias; Títulos de créditos; Ficha cadastral; Proposta de crédito; Checagem; Avaliação de riscos; Mecanismos de proteção ao crédito. Tomada de decisão de crédito. Sistemas de análise de crédito e score de crédito do cliente.</p>		<p>Análise financeira: Função financeira da empresa. Definição das metas; Avaliação dos resultados; Indicadores econômicos e financeiros. Análise de Crédito: Conceito, importância e limite do crédito; Os "C" tradicionais do crédito; Garantias; Títulos de créditos; Ficha cadastral; Proposta de crédito; Checagem; Avaliação de riscos; Mecanismos de proteção ao crédito. Tomada de decisão de crédito. Sistemas de análise de crédito e score de crédito do cliente.</p>
Tecnologia em Gestão de Negócios Imobiliários / 1 (Modalidade de Educação à distância)	16316 / Análise Financeira e de Crédito / 4	<p>Análise financeira: Função financeira da empresa. Definição das metas; Avaliação dos resultados; Indicadores econômicos e financeiros. Análise de Crédito: Conceito, importância e limite do crédito; Os "C" tradicionais do crédito; Garantias; Títulos de créditos; Ficha cadastral; Proposta de crédito; Checagem; Avaliação de riscos; Mecanismos de proteção ao crédito. Tomada de decisão de crédito. Sistemas de análise de crédito e score de crédito do cliente.</p>	Análise Financeira e de Crédito / 4	<p>Análise financeira: Função financeira da empresa. Definição das metas; Avaliação dos resultados; Indicadores econômicos e financeiros. Análise de Crédito: Conceito, importância e limite do crédito; Os "C" tradicionais do crédito; Garantias; Títulos de créditos; Ficha cadastral; Proposta de crédito; Checagem; Avaliação de riscos; Mecanismos de proteção ao crédito. Tomada de decisão de crédito. Sistemas de análise de crédito e score de crédito do cliente.</p>

ff

Curso de Tecnologia em Gestão Financeira / 1	14552 / Análise Financeira e de Crédito / 4	Análise financeira: Função financeira da empresa. Definição das metas; Avaliação dos resultados; Indicadores econômicos e financeiros. Análise de Crédito: Conceito, importância e limite do crédito; Os "C" tradicionais do crédito; Garantias; Títulos de créditos; Ficha cadastral; Proposta de crédito; Checagem; Avaliação de riscos; Mecanismos de proteção ao crédito. Tomada de decisão de crédito. Sistemas de análise de crédito e score de crédito do cliente.		
Tecnologia em Processos Gerenciais / 3	11742 / Análise Financeira e de Crédito / 4	Análise financeira: Função financeira da empresa. Definição das metas; Avaliação dos resultados; Indicadores econômicos e financeiros. Análise de Crédito: Conceito, importância e limite do crédito; Os "C" tradicionais do crédito; Garantias; Títulos de créditos; Ficha cadastral; Proposta de crédito; Checagem; Avaliação de riscos; Mecanismos de proteção ao crédito. Tomada de decisão de crédito. Sistemas de análise de crédito e score de crédito do cliente.		
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	43117 / Administração da Força de Vendas / 4	Gerência de vendas, Estruturação, organização e planejamento da força de vendas. Influência do produto e mercado no planejamento da força de vendas. Previsão de vendas. Desenvolvimento, análise e interpretação de um plano de vendas. Influência do marketing num planejamento de vendas. Análise e interpretação de uma curva ABC de vendas contemplando produto, preço e cliente. Vendedor x preço de venda. Técnicas de vendas.		
Tecnologia em Gestão Comercial / 1 (Modalidade de Educação à distância)	16334 / Administração da Força de Vendas / 4	Gerência de vendas, Estruturação, organização e planejamento da força de vendas. Influência do produto e mercado no planejamento da força de vendas. Previsão de vendas. Desenvolvimento, análise e interpretação de um plano de vendas. Influência do marketing num planejamento de vendas. Análise e interpretação de uma curva ABC de vendas contemplando produto, preço e cliente. Vendedor x preço de venda. Técnicas de vendas.		
Tecnologia em Processos Gerenciais / 3	11733 / Administração da Força de Vendas / 4	Gerência de vendas, Estruturação, organização e planejamento da força de vendas. Influência do produto e mercado no planejamento da força de vendas. Previsão de vendas. Desenvolvimento, análise e interpretação de um plano de vendas. Influência do marketing num planejamento de vendas. Análise e interpretação de uma curva ABC de vendas contemplando produto, preço e cliente. Vendedor x preço de venda. Técnicas de vendas.	Administração da Força de Vendas / 4	Gerência de vendas, Estruturação, organização e planejamento da força de vendas. Influência do produto e mercado no planejamento da força de vendas. Previsão de vendas. Desenvolvimento, análise e interpretação de um plano de marketing num planejamento de vendas. Análise e interpretação de uma curva ABC de vendas contemplando produto, preço e cliente. Vendedor x preço de venda. Técnicas de vendas.
Tecnologia em Gestão de Marketing / 3	11409 / Administração da Força de Vendas / 4	Gerência de vendas, Estruturação, organização e planejamento da força de vendas. Influência do produto e mercado no planejamento da força de vendas. Previsão de vendas. Desenvolvimento, análise e interpretação de um plano de vendas. Influência do marketing num planejamento de vendas. Análise e interpretação de uma curva ABC de vendas contemplando produto, preço e cliente. Vendedor x preço de venda. Técnicas de vendas.		
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13122 / Gestão de Varejo, Atacado e	Conceitos e definições sobre o processo de distribuição de bens e serviços e os canais de venda. Construção e administração dos canais de venda em marketing.	Gestão de Varejo, Atacado e Logística	Conceitos e definições sobre o processo de distribuição de bens e

A

Tecnologia em Gestão Comercial / 1 (Modalidade de Educação à distância)	Logística de Mercado / 4	Estratégias de marketing e ferramentas de gestão de varejistas, atacadistas, distribuidores, representantes e organizações de logísticas. O poder do varejo, do atacadista e de empresas de logísticas. A aplicação da logística nas estratégias de distribuição de produtos e serviços.	de Mercado / 4	serviços e os canais de venda. Construção e administração dos canais de venda em marketing. Estratégias de marketing e ferramentas de gestão de varejistas, atacadistas, distribuidores, representantes e organizações de logísticas. O poder do varejo, do atacadista e de empresas de logísticas. A aplicação da logística nas estratégias de distribuição de produtos e serviços.
Tecnologia em Gestão de Marketing / 3	16342 / Gestão de Varejo, Atacado e Logística de Mercado / 4	Conceitos e definições sobre o processo de distribuição de bens e serviços e os canais de venda. Construção e administração dos canais de venda em marketing. Estratégias de marketing e ferramentas de gestão de varejistas, atacadistas, distribuidores, representantes e organizações de logísticas. O poder do varejo, do atacadista e de empresas de logísticas. A aplicação da logística nas estratégias de distribuição de produtos e serviços.		
Tecnologia em Gestão de Marketing / 3	11405 / Gestão de Varejo, Atacado e Logística de Mercado / 4	Conceitos e definições sobre o processo de distribuição de bens e serviços e os canais de venda. Construção e administração dos canais de venda em marketing. Estratégias de marketing e ferramentas de gestão de varejistas, atacadistas, distribuidores, representantes e organizações de logísticas. O poder do varejo, do atacadista e de empresas de logísticas. A aplicação da logística nas estratégias de distribuição de produtos e serviços.		
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13123 / Políticas de Preço / 4	Conceituação das políticas de preço e das variáveis influenciadoras na formação de preço. A relação das estratégias e do posicionamento de mercado de uma empresa com a fixação de preço. Formação do preço de venda. Pesquisas de preços, análise de mercado e percepção dos consumidores. O papel das promoções de vendas e dos preços regulares. Ferramentas promocionais, tipos de promoções e calendário promocional. A promoção e o Merchandising no Ponto-de-venda.		Conceituação das políticas de preço e das variáveis influenciadoras na formação de preço. A relação das estratégias e do posicionamento de mercado de uma empresa com a fixação de preço. Formação do preço de venda. Pesquisas de preços, análise de mercado e percepção dos consumidores. O papel das promoções de vendas e dos preços regulares. Ferramentas promocionais, tipos de promoções e calendário promocional. A promoção e o Merchandising no Ponto-de-venda.
Tecnologia em Gestão Comercial / 1 (Modalidade de Educação à distância)	16340 / Políticas de Preço / 4	Conceituação das políticas de preço e das variáveis influenciadoras na formação de preço. A relação das estratégias e do posicionamento de mercado de uma empresa com a fixação de preço. Formação do preço de venda. Pesquisas de preços, análise de mercado e percepção dos consumidores. O papel das promoções de vendas e dos preços regulares. Ferramentas promocionais, tipos de promoções e calendário promocional. A promoção e o Merchandising no Ponto-de-venda.	Políticas de Preço / 4	Conceituação das políticas de preço e das variáveis influenciadoras na formação de preço. A relação das estratégias e do posicionamento de mercado de uma empresa com a fixação de preço. Formação do preço de venda. Pesquisas de preços, análise de mercado e percepção dos consumidores. O papel das promoções de vendas e dos preços regulares. Ferramentas promocionais, tipos de promoções e calendário promocional. A promoção e o Merchandising no Ponto-de-venda.
Tecnologia em Gestão Comercial / 2	13126 / O Novo Gestor / 2	Perfil do Novo Gestor. Desafios das empresas e do gestor. Repensando as organizações. Gestão da mudança e da inovação. Administração, formação e desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Liderança, poder e autoridade. Gestão participativa. Empoderamento/Empowerment. Motivação para o desempenho. Comunicação e feedback organizacional entre o gestor, organização e o mercado. Negociação e administração de conflitos. Tomada de decisão administrativa. Gestão	O Novo Gestor / 2	Perfil do Novo Gestor. Desafios das empresas e do gestor. Repensando as organizações. Gestão da mudança e da inovação. Administração, formação e desenvolvimento de equipes de alto desempenho.

Tecnologia em Gestão de Marketing / 3	11411 / O Novo Gestor / 2	<p>da Carreira e o marketing pessoal. Empresabilidade e Empregabilidade. Responsabilidade social e ética. Gestão do tempo. Oratória</p> <p>Perfil do Novo Gestor. Desafios das empresas e do gestor. Repensando as organizações. Gestão da mudança e da inovação. Administração, formação e desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Liderança, poder e autoridade. Gestão participativa. Empoderamento/Empowerment. Motivação para o desempenho. Comunicação e feedback organizacional entre o gestor, organização e o mercado. Negociação e administração de conflitos. Tomada de decisão administrativa. Gestão da Carreira e o marketing pessoal. Empresabilidade e Empregabilidade. Responsabilidade social e ética. Gestão do tempo. Oratória</p>		desempenho. Liderança, poder e autoridade. Gestão participativa. Empoderamento/Empowerment. Motivação para o desempenho. Comunicação e feedback organizacional entre o gestor, organização e o mercado. Negociação e administração de conflitos. Tomada de decisão administrativa. Gestão da Carreira e o marketing pessoal. Empresabilidade e Empregabilidade. Responsabilidade social e ética. Gestão do tempo. Oratória
Tecnologia em Processos Gerenciais / 3	11730 / O Novo Gestor / 2	<p>Perfil do Novo Gestor. Desafios das empresas e do gestor. Repensando as organizações. Gestão da mudança e da inovação. Administração, formação e desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Liderança, poder e autoridade. Gestão participativa. Empoderamento/Empowerment. Motivação para o desempenho. Comunicação e feedback organizacional entre o gestor, organização e o mercado. Negociação e administração de conflitos. Tomada de decisão administrativa. Gestão da Carreira e o marketing pessoal. Empresabilidade e Empregabilidade. Responsabilidade social e ética. Gestão do tempo. Oratória</p>		
Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos / 3	11375 / O Novo Gestor / 2	<p>Perfil do Novo Gestor. Desafios das empresas e do gestor. Repensando as organizações. Gestão da mudança e da inovação. Administração, formação e desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Liderança, poder e autoridade. Gestão participativa. Empoderamento/Empowerment. Motivação para o desempenho. Comunicação e feedback organizacional entre o gestor, organização e o mercado. Negociação e administração de conflitos. Tomada de decisão administrativa. Gestão da Carreira e o marketing pessoal. Empresabilidade e Empregabilidade. Responsabilidade social e ética. Gestão do tempo. Oratória</p>		
Tecnologia em Gestão Financeira / 1	14560 / Gestão Tributária / 4	<p>Noções de Legislação, Conceitos, Tributos Federais, Tributos Estaduais, Tributos municipais. Regime de tributação e benefícios fiscais.</p>		
Administração / 3	12521 / Gestão Tributária / 4	<p>Noção introdutória ao Direito Tributário e Financeiro, Tributos, Sistemas. Princípios tributários. Limitações ao poder de tributar. Tributário Nacional, Obrigações Tributárias, Crédito Tributário, Administração Tributária, Contencioso Tributário. Noções de Legislação, Conceitos, Tributos Federais, Tributos Estaduais, Tributos Municipais.</p>	Gestão Tributária / 4	Noção de legislação tributária. Sistema tributário nacional. Obrigação tributária. Fato gerador. Tributos Federais, Tributos Estaduais e Tributos municipais. Regime de tributação e benefícios fiscais.
Administração / 7	12276 / Gestão Tributária / 4	<p>Noção introdutória ao Direito Tributário e Financeiro, Tributos, Sistemas. Princípios tributários. Limitações ao poder de tributar. Tributário Nacional, Obrigações Tributárias, Crédito Tributário, Administração Tributária, Contencioso Tributário. Noções de Legislação, Conceitos, Tributos Federais, Tributos Estaduais, Tributos Municipais.</p>		

Direito / 4 Noturno	11061 / Ciência Política / 4	<p>Conceito. Evolução Histórica do Pensamento Político. Clássicos da Ciência Política. Sociedade Civil e Sociedade Política. Fenômenos e Estruturas Políticas. Teoria do Poder. Doutrinas Políticas da Modernidade: Contratualismo, liberalismo, socialismo, comunismo, anarquismo. Sistemas representativos. O sufrágio. Sistemas eleitorais. Sistemas partidários. Partidos Políticos. Grupos de pressão. Opinião pública. Participação Popular</p>		<p>Ciência Política: histórico, objeto e método. Conceitos fundamentais: Política, Poder, Governo, Estado e Sociedade. Evolução Histórica do Pensamento Político e os Clássicos da Política. Doutrinas Políticas da Modernidade. Regime Político. Sistemas Representativos. Sufrágio e Voto. Sistemas Eleitorais. Sistemas Partidários. Instituições e Pensamento Político Brasileiro. A Sociedade Civil Organizada.</p>
Direito / 4 Matutino	10972 / Ciência Política / 4	<p>Conceito. Evolução Histórica do Pensamento Político. Clássicos da Ciência Política. Sociedade Civil e Sociedade Política. Fenômenos e Estruturas Políticas. Teoria do Poder. Doutrinas Políticas da Modernidade: Contratualismo, liberalismo, socialismo, comunismo, anarquismo. Sistemas representativos. O sufrágio. Sistemas eleitorais. Sistemas partidários. Partidos Políticos. Grupos de pressão. Opinião pública. Participação Popular</p>	Ciência Política / 4	
Economia / 3	11600 / Ciência Política / 4	<p>A formação dos Estados Nacionais Modernos. As interpretações de Maquiavel, Hobbes, Rousseau, Locke e de Montesquieu sobre Estado e democracia. O Estado capitalista na perspectiva marxista-leninista. As correntes de interpretação do Estado Clássico no século XX: Gramsci, Poulantzas e Althusser (classes sociais, intelectuais, partido político e hegemonia). O Estado na América Latina e no Brasil. Os regimes políticos no Brasil e as lutas sociais.</p>		