

MBA – GESTÃO EM LOGÍSTICA E MERCADO

EMENTAS

GESTÃO EMPRESARIAL	
Professor	Mauro Côrte Real - Mestrado em Administração; Graduação em História Natural
Carga horária	45 horas
EMENTA	
Conceito de gestão e concepção de valor. Empreendedorismo e organizações que aprendem. Obter, gerir informações e comunicar. Planejar. Organizar. Liderar e dirigir – tomada de decisão. Controlar. Mudar e inovar. Análise ambiental e interna – SWOT. Estratégia e planejamento estratégico. Análise de desempenho – BSC. Marketing. Pessoas e recursos. Produção e serviços. Contextualização da gestão no milênio.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
<ol style="list-style-type: none">1. Conceito de gestão e concepção de valor2. Empreendedorismo e organizações que aprendem3. Obter, gerir informações e comunicar4. Planejar5. Organizar6. Liderar e dirigir tomada de decisão7. Controlar8. Mudar e Inovar9. Análise Ambiental e interna - SWOT10. Estratégia e planejamento estratégico11. Análise de Desempenho - BSC12. Marketing13. Pessoas e Recursos14. Produção e serviços15. Contextualização da gestão no milênio	
BIBLIOGRAFIA	
PORTER, Michael. Estratégia competitiva . Rio de Janeiro: Campus, 1986.	
DAFT, Richard. Administração. São Paulo: Thomson, 2005.	
KOTLER, Philip. Administração de marketing : a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice-Hall, 2002.	
BULGACOV, Sergio. Manual de gestão empresarial . São Paulo: Atlas, 1999.	
CURY, Antonio. Organização e métodos: uma visão holística. São Paulo: Atlas, 1995.	
HAMEL, Gary; PRAHALAD, C. K. Competindo pelo futuro . Rio de Janeiro: Campus, 1995.	
HITT, Michael A. et al. Administração estratégica : competitividade e globalização. São Paulo: Thomson, 2002.	
OLIVEIRA, Djalma Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico : conceito, metodologias e práticas. São Paulo: Atlas, 2003.	
ROBBINS, Stephen P. Comportamento organizacional . São Paulo: Prentice Hall, 2005.	

EMPREENDEDORISMO	
Professor	<p>Evandro Paes dos Reis: Mestrado em Administração de Empresas; Graduação em Ciências da Computação.</p> <p>Álvaro Cardoso Armond: Mestrado em Administração de Empresas; Graduação em Administração de Empresas</p>
Carga horária	36 horas
EMENTA	
<p>O Papel dos Novos Negócios no Desenvolvimento da Economia; Modelos de Empreendedorismo; Características Sociais e Comportamentais do Empreendedor; Empreendedorismo e Intraempreendedorismo; Valores e Competências Empreendedoras; Plano de Negócios como Ferramenta de Decisão Empresarial; Busca de Recursos Necessários; Questões Legais na Constituição da Empresa, do trabalho, correição parcial, despesas processuais.</p>	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceituando o Empreendedorismo 2. Comportamento Empreendedor 3. Empreendedorismo de start-up 4. Aquisições de Empresas 5. Plano de Negócios 6. Modelo de plano 7. Oportunidades e Financiamentos 8. Empreendedorismo Corporativo 9. Planejamento Financeiro 10. Inovação 11. Aspectos Legais 12. Franquias 	
BIBLIOGRAFIA	
<p>CHIAVENATTO, Idalberto, Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor, São Paulo: Saraiva, 2. ed. , 2005.</p> <p>DOLABELA, F. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 1999.</p> <p>HASHIMOTO, Marcos. Espírito Empreendedor nas Organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>MAXIMIANO. Antonio César Amaru. Administração para empreendedores. São Paulo: Pearson, 2006.</p> <p>REIS, Evandro Paes dos; ARMOND, Álvaro Cardoso. Empreendedorismo. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008.</p>	

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	
Professor	Luiz Roberto Dias de Melo: Mestrado em Literatura Brasileira; Graduação em Bacharelado em Letras: Português e Italiano
Carga horária	36 horas
EMENTA	
Comunicação Empresarial na Sociedade da Informação; Fundamentos da Comunicação Interpessoal; Linguagem Corporal; Timidez; Estilos; Apresentação Individual; Excelência em Improviso; Preparação de Recursos; Palestra de Negócios; Comunicação Empresarial e Ética.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. O que é Comunicação Empresarial? 2. Teorias da Comunicação 3. Comunicação Empresarial: natureza, abrangência, função 4. Comunicação Empresarial como ferramenta estratégica de gestão 5. Reputação institucional 6. Comunicação interna 7. Pensamento complexo na empresa e na comunicação 8. Comunicação de marketing, propaganda institucional e corporativa 9. Ética, relacionamento com clientes e outros públicos 10. Relações com clientes e gestão de crise 11. Fundamentos da comunicação interpessoa 12. Eficácia na comunicação oral 	
BIBLIOGRAFIA	
<p>ARGENTI, Paul A. Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. Tradução de: Adriana Rieche. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>KUNSCH, M. M. K. (Org.). Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1.</p> <p>NEVES, Roberto de Castro. Comunicação Empresarial Integral: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.</p> <p>VILALBA, Rodrigo. Teoria da Comunicação: conceitos básicos. São Paulo: Ática, 2006.</p>	

METODOLOGIA DA PESQUISA E DO TRABALHO CIENTÍFICO	
Titulação do(s) Professor (es)	Claudio Kleina - Doutorado em andamento em Métodos Numéricos em Engenharia; Mestrado em Educação; Graduação em Sistemas de Informação. Karime Smaka - Mestrado em Educação; Graduação em Pedagogia.
Carga horária	36 horas
EMENTA	
<p>Esta disciplina foi pensada e estruturada visando a criação de um material prático e único que poderá ser utilizado em qualquer área de atuação, servindo de apoio tanto para os alunos na elaboração de seus trabalhos como também para que docentes possam orientar seus próprios alunos.</p> <p>A abordagem prática desta disciplina foi adotada para que os alunos tenham acesso a um material</p>	

atualizado e útil em sua formação, enfatizando a importância da construção e apresentação do conhecimento científico, de forma ética e de qualidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Ética e Metodologia Científica
2. Projeto de Pesquisa
3. Fundamentação teórica
4. Estrutura Básica e Formatação de Trabalhos Científicos
5. Elemento de Apoio ao Texto: Citações
6. Outros Elementos de Apoio ao Texto
7. Conclusão, Considerações finais e Resumo
8. Referências
9. Modelos e Estrutura de Documentos
10. Artigos científicos e Publicações
11. Preparação para a defesa e apresentação da pesquisa
12. Elaboração de Currículo e Memorial

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUNA, Sergio Vasconcelos de. **Planejamento de Pesquisa**: uma introdução. 2. ed. São Paulo: EDUC, 2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, Sistema de Bibliotecas. **Normas para Apresentação de Documentos Científicos**. Coleção. 2. ed. Curitiba: Ed. UFPR, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SCORSOLINI-COMIN, Fabio. **Guia de Orientação para iniciação Científica**. São Paulo: Atlas, 2014.

ESTRATÉGIA LOGÍSTICA

Professor	Célio Mauro Placer Rodrigues de Almeida : Doutorado em Administração; Mestrado em Administração; Especialização em Especialização Em Fruticultura; Aperfeiçoamento em Crédito Rural; Aperfeiçoamento em Administração Rural; Graduação em Agronomia. Mauro Roberto Schlüter : Doutorado em andamento em Engenharia de Produção; Mestrado em Engenharia de Produção; Graduação em Administração de Empresas.
Carga horária	36 horas

EMENTA

Evolução histórica da logística; Conceitos fundamentais de logística; Atividades estratégicas e tático-operacionais em logística; A gestão de transportes e movimentação; A gestão de estoques e armazenagem; A gestão da informação e o ciclo de pedidos; Teoria das restrições; Competitividade baseada no tempo; ECR - *Efficient Consumer Response*; Integração estratégica; PCL - Planejamento e controle logístico Indicadores de desempenho; A gestão da cadeia de suprimentos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Evolução histórica da logística
2. Conceitos fundamentais em logística

3. Atividades estratégicas e tático-operacionais em logística
4. A gestão de transportes e movimentação
5. A gestão de estoques e armazenagem
6. A gestão da informação aplicada a logística
7. A visão sistêmica e a competência da logística empresarial
8. Fluxos logísticos e o funcionamento do sistema logístico
9. Processo logístico e redes logísticas
10. Custos logísticos
11. Indicadores de desempenho na logística
12. *Supply Chain Management*

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Célio Mauro Placer Rodrigues de; SCHLÜTER, Mauro Roberto. **Estratégia Logística**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009.

BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David, J. **Logística Empresarial: o processo de integração na cadeia de suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2004.

PORTER, Michael E. **A Vantagem Competitiva**. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1992.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GESTÃO ESTRATÉGICA DE ARMAZENAGEM

Professor	Irineu de Brito Junior: Doutorado em andamento em Engenharia de Produção; Mestrado em Engenharia de Sistemas Logísticos; Especialização em Qualidade Industrial; Graduação em Engenharia de Produção Mecânica.
Carga horária	36 horas

EMENTA

Introdução e conceitos fundamentais de armazenagem, movimentação; Localização geográfica de armazéns e CDs; Dimensionamento e configuração das instalações; Capacidade dos depósitos e lay-out do espaço físico; Projeto de docas. Localização e endereçamento dos lotes e skus; Sistemas de manuseio de materiais e separação de pedidos; Escolha, manutenção e substituição de equipamentos de movimentação; Sistemas de gestão da armazenagem; Softwares de controle de armazéns – WMS; Embalagens logísticas: proteção do produto na movimentação e armazenagem; Custeio do depósito e dos equipamentos; Proteção, segurança e manutenção de armazéns e depósitos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Introdução e conceitos fundamentais de armazenagem e movimentação
2. Localização geográfica de armazéns e centros de distribuição
3. Dimensionamento e configuração das instalações
4. Capacidade dos depósitos e leiaute do espaço físico
5. Projeto de docas, localização e endereçamento de produtos
6. Sistemas de armazenagem de materiais e separação de pedidos
7. Escolha, manutenção e substituição de equipamentos de movimentação

8. Sistemas de gestão da armazenagem
9. Softwares de controle de armazéns – WMS
10. Embalagens logísticas: proteção do produto na movimentação e armazenagem
11. Custeio do depósito e dos equipamentos
12. Proteção, segurança e manutenção de armazéns e depósitos

BIBLIOGRAFIA

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos / Logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J.; COOPER, M. B. **Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística**. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2008.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David, J. **Logística Empresarial: o processo de integração na cadeia de suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2004.

GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRANSPORTES E DISTRIBUIÇÃO

Professor	Carlos Roberto Menchik: Mestrado em andamento em Engenharia de Produção e Sistemas; Especialização em Gestão de Cadeias de Suprimentos; Graduação em Administração de Empresas.
Carga horária	36 horas

EMENTA

Introdução e conceitos fundamentais em transportes, Matriz modal: Intermodalidade e eficiência operacional, Desenvolvimento de sistemas de distribuição, Operações especiais de transporte: roteirização, milk run, x-dock, merge in transit, Restrições de tempo e capacidade. Acomodação de passageiros e cargas, Previsão e controle de custos operacionais. Formação de preços. Transferência de cargas e remessas diretas, controle de manutenção de frota e equipamentos e instrumentos de apoio, Elaboração e emissão de documentos, Dimensionamento e substituição de frotas, Negociação de fretes, tarifas e cargas. Penalidades e medidas administrativas no transporte e distribuição. Treinamento de pessoal, Gestão de Risco, Seguros, rastreamento e monitoramento dos traslados e tráfego.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Introdução e conceitos fundamentais em transporte
2. Matriz modal: intermodalidade e eficiência operacional
3. Desenvolvimento de sistemas de distribuição
4. Operações especiais de transporte
5. Restrições de tempo e capacidade: acomodação de cargas
6. Previsão e controle de custos operacionais
7. Consolidação de mercadorias e treinamento na operação de transporte
8. Manutenção de frota
9. Dimensionamento e substituição de frotas
10. Elaboração e emissão de documentos
11. Negociação de fretes, tarifas e cargas
12. Gestão de risco, seguros, rastreamento e monitoramento

BIBLIOGRAFIA

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos / Logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

FLEURY, Paulo F.; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber. **Logística empresarial: a perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2000.

MENCHIK, Carlos Roberto. **Gestão Estratégica de Transportes e Distribuição**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2010.

GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O MERCADO

Professor	Marcelo Piragibe Santiago: Mestrado profissionalizante em Administração; Especialização em Marketing; Graduação em Ciências Econômicas.
Carga horária	36 horas

EMENTA

Estilos Gerenciais em Marketing; Construção do valor e a Percepção pelo Cliente; Modelos de Relacionamento e Construção da Intimidade com o Cliente; Gerenciamento baseado na Lealdade; CRM; Comunicação no CRM; estratégias de Conveniência e Serviços aos Clientes.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Estilos gerenciais em marketing
2. Construção de valor
3. Percepção
4. Construção e modelos de relacionamento
5. Gerenciamento baseado na lealdade
6. Customer Relationship Management (CRM)
7. CRM: operacional, analítico e colaborativo
8. E-marketing com foco no relacionamento
9. Rupturas no varejo
10. O varejo e a comunicação integrada
11. Estratégias de conveniência
12. Serviços aos clientes no varejo e inovação

BIBLIOGRAFIA

CHURCHILL Jr, Gilbert A; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para o cliente**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

PEPPERS; ROGERS. **RM Series – Marketing 1-to-1**. São Paulo: Makron Books, 2003.

SENGE, Peter M. **A Quinta Disciplina: arte e prática da organização de aprendizagem**. São Paulo: Best Seller, 1990.

COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR

Professor	Fabiano Larentis: Doutorado em Administração; Mestrado em Administração; Especialização em Gestão Estratégica Em Marketing; Graduação em Administração Habilitação Comércio Exterior.
Carga horária	36 horas

EMENTA

O Processo e Decisão de Compra; Características do Comprador; Determinantes Comportamentais; Motivação do Consumidor; Personalidade e Análise Psicográfica; Determinantes Ambientais; Dinâmicas de Aplicação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Conceitos introdutórios a respeito do comportamento do consumidor
2. Processo de decisão do consumidor - etapas iniciais e intermediárias
3. Processo de decisão do consumidor - etapas finais
4. Características individuais do consumidor
5. Influências culturais no comportamento do consumidor
6. Influências sociais no comportamento do consumidor
7. Influências situacionais no comportamento do consumidor
8. Marketing de relacionamento: conceitos, tipos e características
9. Planejamento do relacionamento: aplicações estratégicas e táticas
10. Tipos de tomada de decisão do consumidor
11. Estratégias de marketing e o comportamento do consumidor
12. O consumidor e a sociedade

BIBLIOGRAFIA

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W; ENGEL, James F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

ENGEL, James F. *et al.* **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

POPCORN, Faith; HANFT, Adam. **Dicionário do Futuro: Tendências e expressões que definirão nosso comportamento**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

GESTÃO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Professor	Marcos Roberto Carvalho: Mestrado em Ciências Sociais; Especialização em Extensão Universitária em Marketing; Especialização (MBA) em Marketing; Graduação em Ciências Econômicas.
Carga horária	36 horas

EMENTA

Alinhamento Estratégico entre Marketing e Logística; Canais de Marketing e as Operações de Distribuição; Armazenamento Eficiente e Gestão de Transportes; Logística e Supply-Chain; Gerenciamento de Custos, Prazos e E-Business.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Conceito e a importância dos canais de distribuição
2. Estrutura dos canais de distribuição e participantes
3. Implementação de canais de distribuição e sua avaliação
4. Poder e conflito nos canais de distribuição

5. Composto de marketing dos canais de distribuição
6. Instituições de canais de distribuição – varejo
7. Instituições de canais de distribuição: canais de marketing eletrônico
8. Instituições de canais de distribuição: atacado
9. Instituições de canais de distribuição – logística
10. Instituições de canais de distribuição: franquias
11. Trade Marketing
12. O papel da equipe de vendas nos canais de distribuição

BIBLIOGRAFIA

DORNIER, Phillipe-Pierre, ERNST, R., FENDER, M., KOUVELIS P. **Logística e operações globais**. São Paulo: Editora Atlas, 2000.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

ROSENBLOOM, Bert. **Canais de Marketing: uma visão gerencial**. São Paulo: Atlas, 2002.

ESTRATÉGIA COMPETITIVA

Professor	Anderson Mota: Especialização em Análise Financeira e de Investimentos; Graduação em Ciências Econômicas.
Carga horária	36 horas

EMENTA

Análise do Ambiente Interno: Capacitação, Recursos, Fatores Críticos de Sucesso; Análise do Ambiente Externo: Ameaças, Oportunidades, Concorrência, Parcerias e Alianças; Estratégia de Negociação; Estratégia Competitiva e Posicionamento; Estratégia de Fusões e Aquisições; Governança Corporativa.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Ampliando a visão sobre a estratégia competitiva
2. Análise do ambiente interno
3. Análise do ambiente externo
4. Estratégia competitiva e posicionamento
5. Estratégia de fusões e aquisições
6. Governança corporativa
7. Estratégia internacional
8. O controle da execução da estratégia
9. A estrutura para a estratégia
10. Estratégia para o empreendedorismo
11. Liderança na condução da estratégia
12. Alianças estratégicas e estratégia cooperativa

BIBLIOGRAFIA

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em Ação: balanced scorecard**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

MINTZBERG, Henry. **Criando Organizações Eficazes: estruturas em cinco configurações**. 2. ed. São

Paulo: Atlas, 2003.

PORTER, Michael E. **A vantagem competitiva das nações**. Tradução de: DUTRA, Waltensir. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: Técnicas para análise da indústria e da concorrência**. Tradução de: BRAGA, Elizabeth Maria de Pinho. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

GESTÃO DA INFORMAÇÃO INTEGRADA

Professor	Hermann Gonçalves Marx: Doutorado em Integração da América Latina; Mestrado em Ciências Sistemas e Pesquisa Operacional; Especialização em Pesquisa Operacional; Graduação em Engenheiro Mecânico Carlos Alberto Montagner: Pós-graduação em Gestão Empresarial; Graduação em Administração.
Carga horária	36 horas

EMENTA

Introdução e conceitos fundamentais em gestão da informação; Sistemas de comunicação; Redes de informação; Internet, VMI e EDI; Projetos de sistemas ERP; Impactos do comércio eletrônico na distribuição ao mercado; O pedido perfeito. Processamento e transferência de pedidos: industriais, varejo, cliente e canal WEB prioridades no processamento. Processamento paralelo versus seqüencial; Pedidos em lotes e parciais; Consolidação de embarque; Rastreabilidade, GPS e RFID; A cadeia de suprimentos e a gestão de pedidos. O uso de softwares em gestão de pedidos

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Introdução e conceitos fundamentais da gestão da informação
2. Sistemas de comunicação
3. Redes de informação
4. Internet, VMI e EDI
5. ERP
6. Impactos do comércio eletrônico na distribuição ao mercado
7. A cadeia de suprimentos e a gestão dos fluxos de informação e pedidos
8. O pedido perfeito. Processamento e transferência de pedidos
9. Prioridades no processamento. Pedidos em lotes e parciais
10. Consolidação de embarque
11. Rastreabilidade, GPS e RFID
12. Indicadores do desempenho e o uso de softwares em gestão de pedidos

BIBLIOGRAFIA

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David, J. **Logística Empresarial: o processo de integração na cadeia de suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2004.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: criando redes que agregam valor**. 2. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2007

CORRÊA, Henrique L.; CORRÊA, Carlos A. **Administração de produção e operações: manufatura e serviços: uma abordagem**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.