

DISCIPLINA: Empresa Simulada	CÓDIGO: 2ADM.008
-------------------------------------	-------------------------

VALIDADE: a partir de agosto de 2010

TÉRMINO:

Carga Horária: Total: 30 horas/aula Semanal: 02 aulas Créditos: 02

Modalidade: Prática

Classificação do Conteúdo pelas DCN: Formação Estudos Quantitativos e suas Tecnologias

Ementa:

Desenvolver práticas empresariais do dia a dia de um empresário e/ou funcionário em um ambiente simulado.

Curso	Período	Eixo	Obrigatória	Optativa
Administração	5º	9 – Empreendedorismo e Estratégia.	x	

Departamento/Coordenação: Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA)

INTERDISCIPLINARIDADES

Pré-requisitos	Código
Teoria Geral da Administração II	2ADM.047
Co-requisitos	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Disciplinas para as quais é co-requisito	

Objetivos: *A disciplina devesse possibilitar ao estudante*

1	Preparar os alunos para os desafios da administração da micro e pequena empresa reproduzindo a vida de empresas reais através da administração de uma empresa simulada.
---	---

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Aliança Estratégica, Vantagem Competitiva e Cadeia de Fornecimento	06
2	Comunicação e Trabalho em Equipe	06
3	Liderança e Ética	06
4	Gestão de Conflitos	04
5	Terceirização	04
6	Diversidade Cultural	04
Total		30

Bibliografia Básica	
----------------------------	--

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1 | Bernard Sistemas (Software) |
|---|-----------------------------|

Bibliografia Complementar	
----------------------------------	--

- | | |
|---|--|
| 1 | CERTO, S. C. et al. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2005. |
| 2 | CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria da administração. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. |
| 3 | GITMAN, Lawrence Jeffrey. Princípios de administração financeira. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2004. |
| 4 | KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. |
| 5 | PORTER, M. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. 35. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1990. |