

**PROGRAMA DE DISCIPLINA**

Unidade Universitária: subunidade especial Coordenadoria de Ciência e Tecnologia	
Curso: Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia	
Modalidade: Bacharelado	Currículo (s): 2020.1
Turno (s): (X) Matutino () Diurno (X) Noturno	

Identificação da disciplina	
Código: CCCT0095	
Nome da disciplina: Administração e Economia	
Sequência Aconselhada: 1º semestre	
(X) Obrigatória () Eletiva	
Pré-requisito: Não Há	
Conhecimentos prévios aconselhados: não há	
Créditos: [T (4) P (0)] Carga horária total: 60	

Objetivos
Objetivo Geral Consolidar os conceitos centrais da Administração e da economia, apresentando ao aluno os processos administrativos e econômicos, as escolas de pensamento, as metodologias e técnicas, alargando assim a visão geral e o entendimento da criação, conformação, orientação estratégica e comportamento organizacional e gestão financeira de uma empresa. Esse conjunto permitirá o entendimento do posicionamento estratégico que a ciência e a tecnologia ocupam nos processos produtivos das empresas.
Objetivos Específicos <ul style="list-style-type: none">· Conceituar a administração e a economia e suas funções no âmbito empresarial, traduzindo a crescente importância do fator humano, que vem a se tornar um dos principais ativos organizacionais;· Estratégia corporativa: apresentar aos alunos instrumentos que lhes permitam a análise de indicadores corporativos e as formas de realizar adequações no modelo de negócio praticado pelas empresas, de forma a posicioná-la para a obtenção da vantagem competitiva;· Comportamento organizacional estudo econômico: inserir os estudantes no mundo corporativo, nos aspectos de relacionamento interpessoal, apresentando uma análise do comportamento de indivíduos e de grupos, com vistas a explorar indicadores de desempenho e de economia, tais como produtividade, cidadania organizacional, absenteísmo, rotatividade e satisfação. E apresentar também modelos de gestão por competência e resultados econômicos.

- Produção e operação: introduzir aos alunos o ambiente operacional, mostrando os processos de produção de bens e de serviço, por meio da apresentação de modelos de processos produtivos;
- Marketing: apresentar aos alunos uma visão do consumidor, e dos efeitos das marcas e símbolos em seu comportamento. Também se aborda aspectos de comercialização, logística, e a utilização da internet apoiando as vendas virtuais.
- Economia e Mercado: Desenvolver com os discentes temas relacionados a análise econômica, como oferta e demanda e bens e serviços, relações comerciais entre empresa, legislação empresarial e mundo corporativo.

Ementa

Integração dos conceitos da administração. Escolas de pensamento e sua evolução para administração. Comportamento organizacional e estrutura das organizações. Estratégias e cenários em ciência e tecnologia. Macroeconomia e Microeconomia; indicadores macroeconômicos, sistema de preço; moeda, bancos e crédito; empresas e mercados competitivos.

Conteúdo Programático

Modulo I – Introdução à Administração:

Definições de administração. Escolas de pensamento em administração. A administração pública e a administração privada, similaridades e distinções por meio das funções administrativas.

Modulo II – Estratégia e Administração estratégica:

Introdução e definições de estratégia, planejamento estratégico e administração estratégica. O processo da administração estratégica e a obtenção da vantagem competitiva. O modelo das cinco forças, e as estratégias genéricas, segundo Porter. Os tipos de estratégia, segundo Fischmann e Almeida.

Modulo III – Comportamento Organizacional:

Apresentação do modelo de comportamento organizacional. O comportamento Individual. O comportamento em grupo. O Planejamento estratégico de recursos e a gestão por competência. Aspectos de cultura, poder e negociação.

Modulo IV – Administração da Produção e Operações:

A administração da produção e de suprimentos. Os processos de produção. Os processos de serviço. Planejamento agregado de vendas e de produção.

Modulo V – Tópicos de Marketing:

Comportamento do consumidor. Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas. Gestão de vendas. Marketing de varejo. Gestão de logística. O *e-commerce*.

Módulo VI - ECONOMIA

Abordagem de tópicos de economia e seus principais conceitos econômicos. Ferramentas básicas de análises econômicas e os seus principais estudos. a moeda e o sistema financeiro, inflação, cambio e análise de dados econômicos. Estudo de casos ligados a economia.



Módulo VII – Cenário Econômico e Mercado

Análise de oferta e demanda de produtos e serviços. O sistema de preço e sua definição. Estudo do consumo, empresas e mercado. Análise da competitividade e novos cenários. Indicadores Micro e Macroeconômicos e o seu produto interno Bruto – PIB. Finanças públicas e políticas e legislação empresarial Crescimento e produtividade empresarial. Estudo da renda familiar e avaliação do consumo. Inflação e desemprego da população. Estudo das crises econômicas e seus impactos. Tendências de mercado e oportunidades de novos negócios.

Competências e Habilidades**Habilidades:**

Reconhecer as relações entre administração e economia, por meio da prática profissional, permitindo a aplicação no contexto empresarial;

Analisar criticamente as demandas empresariais e propor novos modelos de negócio e atender

Analisar e propor soluções para modelos de negócio, quanto ao posicionamento estratégico;

Desenvolver a consciência social e política para o exercício da cidadania plena, assumindo uma maior consciência dos problemas ligados às desigualdades sociais;

Reconhecer os desafios contemporâneos e as questões éticas e políticas que permeia o a gestão estratégica das empresas e o seu desenvolvimento econômico.

Competências:

Visão sistêmica e interdisciplinar para analisar e valorar as oportunidades de negócios e os cenários econômicos;

Perfil profissional pautado na postura crítico-propositiva, apreciando e valorando criticamente as potencialidades e as limitações da ciência e da tecnologia para proporcionar maior grau de consciência e de bem-estar individual e coletivo;

Capacidade de resolver problemas de maneira satisfatória, aplicando os conhecimentos técnicos e científicos da administração e da economia em sua atuação como gestor empresarial;

Inteligência emocional e criativa para as demandas e necessidades empresariais.

Bibliografia**Básica:**

MOTA, F.C.P.; VASCONCELOS, I.F.G. Teoria Geral da Administração, 3ª.ed. SP: Thonsom, 2006.

ROBBINS, S.P. Comportamento Organizacional, 9ª.ed. SP: Pearson, 2002

SERRA, F.; TORRES, M.C.S.; TORRES, A.P. Administração estratégica: conceitos, roteiro prático, casos. RJ: Reichmann,



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Fundação Instituída nos termos da Lei nº 5.152, de 21/10/1966 – São Luis - Maranhão.



Coordenadoria do Curso de Ciência e Tecnologia (Campus São Luis)

2003.

Complementar:

BARNEY, J.B.; HESTERLY, W.S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva. SP: Pearson, 2007.


FISCHMANN, A.A.; ALMEIDA, M.I.R. Planejamento estratégico na prática. SP: Atlas, 1991

MANKIW, N. G. Introdução à Economia. SP: Cengage Learning, 2009.

PORTER, M.E. Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. RJ: Campus, 2004.

STIGLITZ, J.E., WALSH, C.E. Introdução à Macroeconomia. 3ªed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Aprovado pelo Colegiado em ____ / ____ / ____


Prof. Dr. José Renato de Oliveira Lima
Coordenador de Ciência e Tecnologia - UFMA
SIAPE 1053572