

RESOLUÇÃO CONSEPE N.º 02/2011

ALTERA O PROGRAMA *MANAGEMENT EXPERIENCE PROGRAM* – MEP PARA O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA FAE CENTRO UNIVERSITÁRIO.

O Presidente do Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão – CONSEPE, no uso das atribuições que lhe confere o art. 15, IV, do Estatuto, e em cumprimento à deliberação do Colegiado em 04 de abril de 2011, constante do Processo CONSEPE 02/2011 – Parecer CONSEPE 02/2011, baixa a seguinte

R E S O L U Ç Ã O

Art. 1º Fica aprovada a alteração do Programa *Management Experience Program* – MEP para o Curso de Administração da FAE Centro Universitário.

Art. 2º Esta Resolução entra em vigor nesta data, revogando a Resolução CONSEPE n.º 42/2009, de 11 de dezembro de 2009.

Curitiba, 04 de abril de 2011

Frei Nelson José Hillesheim, OFM
Presidente

DISCIPLINAS DO PROGRAMA MEP – ANO LETIVO 2011

1. *Practice of Leadership*

Carga horária: 72h

Objetivo

Fazer com que os alunos possam conhecer sua *performance* como líder em um grupo de trabalho, por meio da participação em projetos empresariais.

Ementa

Autoconhecimento. Desenvolvimento de competências comportamentais para a liderança. Processos mentais de mudança. Círculos de governabilidade e o lócus de controle. Trabalho em equipe. Estilo de vida e saúde. Superação de limites e foco em resultado. Autogestão.

Bibliografia

BLANCHARD, K. **Liderança de alto nível – como criar e liderar organizações de alto desempenho**. Porto Alegre: Bookman, 2007
MOSCOVICI, Fela. **Desenvolvimento interpessoal**. São Paulo: Liv. Téc. Científicos, 1985.
MOSCOVICI, Fela. **Equipes dão certo: A Multiplicação do Talento Humano**. 8ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2003.

2. *Brazil and Global Stock Markets*

Carga horária: 36h

Objetivo

Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos sobre o mercado acionário, brasileiro e internacional, compreendendo seus aspectos gerais, dinâmica e desempenho relativo. Compreender, com certo grau de detalhe, a dinâmica da BM&FBovespa, seu principal índice (Ibovespa) e as principais empresas participantes. Identificar os principais canais de comunicação entre empresas e mercado, os diferentes tipos de investidores e conhecer, na prática, o processo de negociação de uma ação.

Ementa

Mercado de ação brasileiro. Principais mercados de ações do mundo. Índices dos mercados acionários. Canais de comunicação das companhias de capital aberto. Tipos de investidor. Processo de negociação de ações.

Bibliografia

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
PALLADINO, Braz Edson. **Na onda das ações**. São Paulo: Saraiva, 2008
BRUM, A. H. Carlos. **Aprenda a investir em ações e operar na bolsa via internet**. São Paulo: Moderna, 2007

3. *War and Peace: The Ways of an Executive*

Carga horária: 36h

Objetivo

Refletir sobre suas escolhas, seus comportamentos e atitudes, suas competências/habilidades, seus conflitos e anseios.

Ementa

Autoconhecimento. Refletir sobre suas escolhas. Identificação de características pessoais e profissionais. Levantamento de inclinações profissionais. Estabelecimento de objetivos profissionais e pessoais. Elaboração de plano de ação para as competências a serem desenvolvidas.

Bibliografia

ALBOM, M. **A Última Grande Lição – o sentido da vida**. São Paulo: Sextante, 1998.
ARNTZ, W.; CHASSE, B.; VICENT, M. **Quem somos nós – a descoberta das infinitas possibilidades de alterar a realidade**. São Paulo: Prestígio, 2005.
CORTELLA, M. **Qual é a tua obra? Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007

4. Strategic Project Management

Carga horária: 36h

Objetivo

Introduzir o aluno nos princípios elementares e nas boas metodologias de gerenciamento de projetos; Entender o funcionamento do gerenciamento de projetos, o que é o ciclo de vida do projeto e saber planejar e executar projetos; Ampliar a capacidade de comunicação em trabalhos em equipe; Identificar opções e definir qual método seguir para garantir êxito no resultado.

Ementa

Definições, ciclos de vida de projetos e conhecimentos que os profissionais necessitam para ter êxito; Início e planejamento do ciclo de vida do projeto; Divisão do trabalho no projeto em componentes administráveis, aquisição de recursos e identificação e planejamento de riscos; Cronogramas de projeto, estimativas finais e orçamento do projeto; Execução e controle das fases do ciclo de vida, criação de equipe, relatório do status do projeto, monitoramento e execução de providências corretivas; Encerramento do projeto.

Bibliografia

A GUIDE TO THE PROJECT MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE (PMBOK GUIDE). Fourth Edition. ISBN: 978-1-933890-51-7. PMI, 2008.
KERZNER, H. **Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling**. New Jersey: John Wiley, 2003.
KERZNER, H. **Project Management Case Studies**. New Jersey: John Wiley, 2009.

5. Rhetoric

Carga horária: 36h

Objetivo

Apresentar e exercitar junto aos alunos as diversas habilidades inerentes à competência da retórica.

Ementa

Apresentação de palestras, aulas, conferências, discursos e fala em público como um profissional. Superação do medo de falar em público. Uso correto da voz. Evitar vícios de comunicação, problemas de dicção. Aperfeiçoamento da linguagem corporal: gestos, postura, expressão facial, olhar e movimentação. Expressão verbal de modo claro, objetivo e persuasivo. Desenvolvimento de

qualidades: liderança, persuasão, poder de síntese, motivação, entusiasmo. Planejamento e preparação de palestra. Autoconfiança.

Bibliografia

ABAURRE, Maria L. **Produção de texto: interlocução e gêneros**. São Paulo: Moderna, 2008.
FARACO, Carlos A.; TEZZA, Cristóvão. **Oficina de textos**. 9ª ed. São Paulo: Vozes, 2005.
FAULSTICH, Enilde L. de J. **Como ler, entender e redigir um texto**. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

6. International Management

Carga horária: 36h

Objetivo

This course introduces the student to the nature and scope of participation in and management of international economic enterprises. The new global markets require an understanding of the interdependency, interaction, and integration of planning, organizing, executing, and controlling across national and cultural boundaries. The course is designed to educate the future global manager who will eventually articulate and support the international strategy of the organization.

Ementa

International economic enterprises. New global markets. Controlling across national and cultural boundaries. The international strategy.

Bibliografia

KOTLER, Philip. **Marketing management: the millennium edition**. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, c2000. 718, [132] p. (The Prentice Hall international series in marketing)
JAIN, Subhash C. **International marketing management**. 2.nd ed. Boston: PWS-Kent, 1987. 737
CARROLL, John E. **International environmental diplomacy: the management and resolution of transfrontier environmental problems**. Cambridge: Cambridge University, 1988. 291 p.

7. International Trade

Carga horária: 36h

Objetivo

Capacitar o participante nas atividades de negociação empresarial com foco internacional, permitindo que o aluno entenda, adquira e desenvolva habilidades para se tornar um negociador internacional eficaz.

Ementa

Processo de negociação. Estilos de Negociação Internacional Processo Decisório nas Negociações Internacionais. Negociações internacionais. Questões culturais e sua influência nas negociações. Questão legal e ética das negociações. Características básicas dos negociadores e estilos de negociação. Ritmos da negociação. Tendências dos Grupos de negociação.

Bibliografia

ACUFF, Frank L. **Como negociar qualquer coisa com qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo**. São Paulo: SENAC, 1998.
MARTINELLI, Dante P.; VENTURA, Carla A. A.; MACHADO, Juliano R. **Negociação internacional**. São Paulo: Atlas, 2004.
ROVIGATI, Danilo Alyrio; VILAS BOAS, Ana Alice; ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. **Cultura e ética na negociação internacional**. São Paulo: Atlas, 2006.

8. Data Mining & Advanced Excel

Carga horária: 72h

Objetivo

Construir passo a passo estudos de caso que permitam agilizar e potencializar o processo decisório, utilizando o Data Mining por meio das ferramentas disponíveis no Microsoft Excel.

Ementa

Data Mining. Microsoft Excel. Processos decisórios. Identificação de padrões. Banco de dados.

Bibliografia

MANZANO, André Luiz. **Microsoft Office Excel 2003: práticas gerenciais**. São Paulo: Érica, 2006.
DIAS, Sergio. **Gestão de marketing**. São Paulo: Atlas, 2000.
KOTLER, Philip. KELLER, Kevin. **Administração de marketing**. 12ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

9. Merger, Aquisition and Valuation

Carga horária: 36h

Objetivo

Compreender os principais conceitos e fundamentos da avaliação de empresas e conhecer as principais abordagens utilizadas no mercado e na academia, seus pressupostos básicos, usos e limitações.

Ementa

Análise Detalhada do Risco da Atividade Empresarial. Análise das Demonstrações Financeiras. Modelagem e Projeção de Fluxos de Caixa Livres. Estimativa do Custo de Capital. Metodologias de Avaliação de Empresas. Cálculo e Interpretação do Valor de Mercado da Empresa.

Bibliografia

DAMODARAN, A. **Avaliação de investimentos: ferramentas e técnicas para determinação do valor de qualquer ativo**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.
MARTINS, E. **Avaliação de empresas – da mensuração contábil à economia**. São Paulo: Atlas, 2001.
WALKER, I. **Comprando uma empresa com dificuldades financeiras**. São Paulo: Makron Books, 1994.

10. International Accounting

Carga horária: 36h

Objetivo

Conhecer os principais aspectos da harmonização contábil internacional, seus organismos regulamentares e as diferenças

Ementa

Contabilidade Internacional e Principais Órgãos Reguladores. Conversão de Transações e Balanços em Moeda Estrangeira. Análise de Demonstrações Financeiras em Moeda Estrangeira e as Implicações na Contabilidade. Estudo da Auditoria de Empresas Transnacionais relevantes entre os padrões nacionais e internacionais.

Bibliografia

FIPECAFI. **Manual de normas internacionais de contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

NIYAMA, J.K. **Contabilidade internacional**. São Paulo: Atlas, 2005. X
SCHMIDT, P.; SANTOS, J. L.; FERNANDES, L. A. **Fundamentos de contabilidade internacional**. São Paulo: Atlas, 2006.

11. Intensive Spanish Course

Carga horária: 72h

Objetivo

Transformar o aluno em um profissional plurilíngüe e desenvolver a interculturalidade, passando a conhecer não apenas os aspectos básicos de uma nova língua, mas também a sua cultura.

Ementa

Introdução à língua espanhola. Domínio de conteúdos gramaticais e seu correto uso. Conhecimento do vocabulário do cotidiano e do vocabulário comercial. Contato com conteúdos culturais dos países hispânicos.

Bibliografia

Díaz y Garcia-Talavera, Miguel. **Dicionário Santillana para estudantes: espanhol-português, português-espanhol**. 2ª ed, São Paulo: Moderna, 2008.
FERNÁNDEZ, Alfredo Noriega & PROST, Gisele. **Al día – curso de español para los negocios – nível inicial**. SGEL, 2009.
Milani, Esther Maria. **Gramática de espanhol para brasileiros**. 3ª ed., São Paulo: Saraiva 2006.

12. Practice of Entrepreneurship & Innovation

Carga horária: 72h

Objetivo

Proporcionar aos alunos experiências práticas para abertura de novos negócios a partir de uma intensa pesquisa sobre produtos e serviços ofertados exclusivamente e em países de língua espanhola. Buscar o enquadramento de novos negócios na Lei brasileira. Realizar pesquisas de marketing para avaliar o potencial de mercado e de comportamento do consumidor para preparar as adaptações necessárias dos produtos/serviços para sua oferta posterior no mercado nacional. Estruturar um plano de negócios completo, preciso e detalhado para a sua implementação concreta.

Ementa

Pesquisa operacional. Pesquisa de marketing e de comportamento do consumidor. Legislação nacional e internacional. Preparar o plano de negócios. Estruturar todos os planos e estratégias até a implantação concreta do novo negócio.

Bibliografia

HISRICH, Robert D. PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5ª ed. São Paulo: Bookman, 2004.
PINCHOT, Gifford. **Intraempreendedorismo na prática: um guia de inovação nos negócios**. Tradução de Márcia de Andrade Nascentes da Silva. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. Tradução Carlos J. Manferrari. 3ª ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

13. Volvo Consulting Project

Carga horária: 72h

Objetivo

FAE CENTRO UNIVERSITÁRIO

Permitir aos alunos enfrentar os desafios de encontrar soluções inovadoras para problemas empresariais complexos enfrentados pela Volvo do Brasil. Realizar consultoria sob a liderança de experientes profissionais de mercado que durante a realização dos trabalhos mostram aos alunos cada uma das etapas que um projeto de consultoria deve seguir para ser bem sucedido. Realizar seções de *feedback* para os alunos, onde os profissionais, ao final de cada projeto de consultoria, por meio de reuniões individuais, apresentam os pontos fortes e fracos da *performance* dos estudantes no trabalho executado.

Ementa

Práticas de consultoria.

Bibliografia

A bibliografia é adotada conforme a especificidade do tema a ser trabalhado e desenvolvido (marketing, finanças, recursos humanos, etc.)

14. G20: Global and Competitive Analysis

Carga horária: 72h

Objetivo

Apresentar e discutir as principais características econômicas, sociais, culturais, geográficas, demográficas e políticas do G20. Realizar uma ampla discussão comparativa internacional entre os países. Apresentar uma ordenação geográfica fundamental para uma comparação. Levantar questões relevantes para exercitar linhas de raciocínio com base em uma sólida análise técnica.

Ementa

Comparação internacional. Identidade Macroeconômica Básica. Coeficiente de Gini. IDH. Blocos econômicos mundiais. Países Membros. Principais desafios dos seguintes países: África do Sul, Argentina, Brasil, México, Canadá, EUA, China, Japão, Coréia do Sul, Índia, Indonésia, Arábia Saudita, Turquia, União Européia, Alemanha, França, Reino Unido, Itália, Rússia e Austrália.

Bibliografia

KRUGMAN, Paul & OBSTFELD, Maurice. **Economia Internacional: teoria e política**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

CARVALHO, Fernando J. C. de. **Análise conjuntural e pesquisa industrial**. Rio de Janeiro : IBGE, 1992. 43p. (Textos para discussão).

FEIJÓ, Carmen A. et al. **Para entender a conjuntura econômica**. Barueri, SP: Manole, 2008. 316p

15. Business Strategy Consulting

Carga horária: 144h

Objetivo

Permitir aos alunos enfrentar os desafios de encontrar soluções inovadoras para problemas empresariais complexos nos diversos setores da economia. Realizar consultoria sob a liderança de experientes profissionais de mercado que durante a realização dos trabalhos mostram aos alunos cada uma das etapas que um projeto de consultoria deve seguir para ser bem sucedido. Realizar seções de *feedback* para os alunos, onde os profissionais, ao final de cada projeto de consultoria, por meio de reuniões individuais, apresentam os pontos fortes e fracos da *performance* dos estudantes no trabalho executado.

Ementa

Práticas de consultoria.

Bibliografia

A bibliografia é adotada conforme a especificidade do tema a ser trabalhado e desenvolvido.

16. *What is Management? Corporate Visits and Case Studies*

Carga horária: 72h

Objetivo

Provocar a reflexão sobre as funções, conceitos e práticas da administração, por meio de reuniões com executivos, visitas corporativas e estudos de caso.

Ementa

Conceito de Administração. Funções gerenciais. Práticas de marketing, finanças, recursos humanos e operações.

Bibliografia

MINTZBERG, Henry. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MINTZBERG, Henry. **Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações**. São Paulo: Atlas, 1995.

MINTZBERG, Henry. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

17. *Practice of Sectorial Analysis in Brazil*

Carga horária: 72h

Objetivo

Conhecer em profundidade alguns setores chave da economia brasileira, incluindo sua conjuntura macroeconômica atual, suas principais empresas e perspectivas futuras. Desenvolver a prática na coleta e análise de dados macro-econômicos, cruzamento de informações e elaboração de cenários macroeconômicos, para o setor e suas empresas, e a discussão de temas relevantes ao objeto de estudo com profissionais do ramo. Desenvolver a prática na elaboração de apresentações visuais para investidores, incluindo a seleção criteriosa da informação, elaboração de gráficos, tabelas, planilhas e demais ferramentas visuais. Desenvolver a prática e a desenvoltura pessoal para apresentar, verbalmente, um determinado tema a um grupo seletivo de profissionais e defender, em público, seus argumentos frente a questionamentos de tais profissionais.

Ementa

Análise setorial. Conjuntura macroeconômica setorial. Drives setoriais. Perspectivas do setor.

Bibliografia

RASSIER, Leandro. **Entenda o mercado de ações**. São Paulo: Campus, 2009.

LEFEVRE, Edwin. **Memórias de um operador de bolsa**. São Paulo: Elsevier, 2008

HAGSTROM, G. Robert. **O jeito Warren Buffet de investir**. São Paulo: Saraiva, 2008

18. *Trainee: McDonald's*

Carga horária: 72h

Objetivo

Oportunizar aos alunos a experiência de conhecer o funcionamento das principais áreas funcionais de um restaurante da rede McDonald's – marketing, finanças, recursos humanos e operações - , suas

FAE CENTRO UNIVERSITÁRIO

ferramentas de gestão, bem como um levantamento das oportunidades de melhoria existente em seus processos.

Ementa

Conceitos básicos de consultoria. Fase matriz e treinamentos básicos. Fase operacional. Fase de Supervisão. Fase Gerencial.

Bibliografia

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing. Análise, Planejamento, Implementação e Controle.** São Paulo: Atlas, 1998.

OLIVEIRA, Aristeu. **Manual de Procedimentos e Modelos na Gestão de Recursos Humanos.** São Paulo: Atlas, 2010.

PEREIRA DA SILVA, José. **Análise Financeira das Empresas.** São Paulo: Atlas, 2008.

19. Internship

Carga horária: 360h

Objetivo

Encaminhar o aluno do MEP a estágio em empresa parceira.

Ementa

Aplicação dos conhecimentos adquiridos no *Management Experience Program*.

Bibliografia

A bibliografia é adotada conforme a especificidade do tema a ser trabalhado e desenvolvido.

Obs.: Todos os anos, entre os meses de novembro e dezembro, a Coordenação do Curso organiza um processo seletivo exclusivamente para os alunos do MEP. Participam da seleção apenas os alunos de terceiro ano que obtiveram bom desempenho durante o curso. O processo seletivo ocorre durante dois dias. No primeiro, as empresas realizam um workshop, apresentando seus diferenciais competitivos e detalhando o perfil de cada uma das oportunidades de trabalho. No segundo dia, todas as empresas entrevistam todos os alunos participantes do processo. O resultado da seleção se dá pelo cruzamento das escolhas dos alunos e das empresas. Uma vez selecionado, o aluno fará um estágio na organização em tempo integral durante quase um ano, e dedicará o período noturno para cursar o último ano do curso de Administração.