

EDITAL NEAD 4/2017

ALTERA PRAZOS PARA SELEÇÃO INTERNA DE PROFESSORES TUTORES PARA O NÚCLEO DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA – NEAD DA UNIVERSIDADE SÃO FRANCISCO.

A Coordenadora do Núcleo de Educação a Distância – NEAD da Universidade São Francisco – USF, observando as disposições presentes nas normas internas e considerando o Edital NEAD 3/2017, baixa o seguinte

EDITAL

Art. 1º Ficam alterados os prazos do processo de seleção de Professores Tutores para as disciplinas do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais, na modalidade de Educação a Distância, da Universidade São Francisco – USF, no que se refere ao Edital 3/2017, das disciplinas EV50030 – Economia e Mercado, EV50032 – Comunicação Empresarial, EV50041 – Gestão de Custos e Formação de Preços e EV50048 – Marketing Empresarial.

Art. 2º O Tutor submeter-se-á ao novo cronograma abaixo:

Inscrição:	13 a 19/3/2017
Seleção:	20/3/2017
Divulgação dos selecionados:	20/3/2017
Aceite e assinatura de instrumento de aditivo de contrato:	21/3/2017
Participação de formação específica para tutoria:	Sob agendamento, entre os dias 21 e 24/3/17

Art. 3º Ficam mantidas as demais disposições do Edital NEAD 3/2017 para as disciplinas citadas no art. 1º.

Art. 4º Dê-se ciência aos interessados para que o presente produza seus jurídicos e legais efeitos. Publique-se.

Bragança Paulista, 13 de março de 2017.

Profa. Simone Cristina Spiandorello
Coordenadora do Núcleo de Educação a Distância

ANEXO I
DISCIPLINAS, EMENTAS E OBJETIVOS, CARGA HORÁRIA

DISCIPLINA: EV50041 – GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇO (72h)

EMENTA: A Contabilidade de Custos. Sistemas de custeio. Custos para decisão: custos fixos e variáveis. Margem de contribuição e capacidade de produção. Custeio variável. Fixação do preço de venda. Determinação do ponto de equilíbrio. Relação custo/volume/lucro.

OBJETIVOS: Fornecer embasamento teórico-prático para a determinação dos custos de produtos e serviços. Estimular a análise crítica sobre a gestão eficaz de custos. Utilizar a gestão de custos como ferramenta para a tomada de decisão.

DISCIPLINA: EV50048 – MARKETING EMPRESARIAL (72h)

EMENTA: Qualidade, serviço e valor. Componentes do sistema de marketing. Composto de marketing. Aplicações do marketing. Relacionamento comprador-vendedor. Segmentação, seleção de mercado-alvo e posicionamento de mercados industriais.

OBJETIVOS: Proporcionar ao aluno o conhecimento dos fundamentos básicos da gestão de mercado. Possibilitar ao aluno o desenvolvimento de habilidades para a gestão das competências mercadológicas contemporâneas.

DISCIPLINA: EV50032 – COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL (72h)

EMENTA: A comunicação empresarial e sua importância no mercado de trabalho. Características e ação da comunicação empresarial. Habilidades para a construção do texto no âmbito empresarial: coerência e coesão textuais. A prática da argumentação na comunicação empresarial. Leitura e interpretação e construção de textos. A comunicação empresarial com o uso de ferramentas tecnológicas. A prática do discurso oral (apresentação de projetos). Prática da redação empresarial.

OBJETIVOS: Proporcionar ao aluno o reconhecimento, no processo da comunicação, as peculiaridades do ambiente empresarial. Identificar as funções da linguagem envolvidas no processo de comunicação empresarial. Desenvolver as habilidades da comunicação empresarial e aplicá-las na construção de textos. Estruturar frases, parágrafos e textos eficazes na comunicação empresarial. Dominar regras essenciais da língua em busca de eficiência e construção do “argumento oculto da competência linguística”.

DISCIPLINA: EV50030 – ECONOMIA E MERCADO (72h)

EMENTA: Fundamentos de Microeconomia. Compreendendo Noções de Teoria do Consumidor e Teoria da Firma. Funções de Produção e Custo. Elasticidade da Demanda e Elasticidade Preço. Modelo de Concorrência Perfeita. Modelos de Concorrência Imperfeita. Equilíbrio de Preços.

OBJETIVOS: Propiciar ao aluno o entendimento dos modelos de comportamento dos agentes econômicos como consumidores e produtores. Capacitar o aluno a manejar as informações discutidas no mercado para tomada de decisões econômicas. Compreender a interação entre cada empresa e os consumidores, como os setores e os mercados operam e se desenvolvem, porque são diferentes entre si e como são influenciados por políticas governamentais e condições econômicas globais.