

## PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: PROCESSO ADMINISTRATIVO	CÓDIGO: ADM P - 207	PERÍODO: 2º	
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h			
REVISÃO: 24/01/2018			
<b>I – COMPETÊNCIAS</b>			
Adquirir, desenvolver e aplicar conhecimentos inerentes às atividades básicas do Administrador. Compreender como as atividades básicas do Administrador são fundamentais para que as organizações alcancem seus objetivos.			
<b>II – HABILIDADES</b>			
Conhecer e compreender cada uma das funções básicas de um Administrador. Compreender quais atividades básicas se relacionam a cada um destes papéis. Analisar globalmente e identificar os papéis a serem desempenhados pelo Administrador.			
<b>III – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS</b>			
Fundamentos básicos da Administração: A Organização, a Administração e o Administrador. A função Planejamento: Conceitos básicos de planejamento. Etapas do Planejamento Estratégico, Tático e Operacional. A função planejamento no contexto dos negócios internacionais. A função Organização: Conceitos de Organização. Componentes fundamentais de Organização. A influência do planejamento estratégico na função organização. Definição e especialização de tarefas. Agrupamentos de tarefas. Departamentalização: conceitos. Tipos clássicos e emergentes de departamentalização. Autoridade e responsabilidade. Amplitude de supervisão. Estruturas horizontais e verticais. A função organização no contexto das empresas multinacionais. A função Direção: Conceitos de Direção ou Comando. O processo de comunicação. Liderança e Motivação para resultados organizacionais A função Controle. Conceitos de Controle. O processo de Controle. Definição dos padrões de Controle. Acompanhamento, medição e comparação. Ajustes e replanejamento.			
<b>IV – METODOLOGIA</b>			
Aulas expositivas, pesquisa ao acervo da biblioteca; pesquisa a sites econômicos, laboratório.			
<b>V – AVALIAÇÃO</b>			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq$ a 5,0 (cinco inteiros).			
<b>VI – BIBLIOGRAFIA</b>			
<b>BÁSICA:</b> CARAVANTES, GERALDO R. PANNO, CLAUDIA C. KLOECKNER, MONICA C. Administração: teorias e processo. São Paulo:Prentice Hall do Brasil, 2005. (Biblioteca e Acesso Virtual) BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott A. Administração: construindo vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 1998. CAMPOS, Vicente Falconi. Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia. 8. ed. Minas Gerais: Desenvolvimento Gerencial, 2002. CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 6. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2000. (Biblioteca e Acesso Virtual) <b>COMPLEMENTAR:</b> MONTANA, Patrick J [1937]; CHARNOV, Bruce H. Administração. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. DRUCKER, Peter F. O gerente eficaz em ação: uma agenda para fazer as coisas certas acontecerem. Rio de Janeiro: LTC, 2007. CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Administração de processos: conceitos, metodologia, práticas. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2013. DAFT, Richard L. Organizações: teoria e projetos. 7 ed. São Paulo:Pioneira, 2002. SILVA, REINALDO O. TEORIAS DA ADMINISTRAÇÃO. 2 ED. SÃO PAULO: PEARSON, 2013. (ACESSO VIRTUAL)			

## PLANO DE DISCIPLINA

<b>CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO</b>		
<b>DISCIPLINA: DESENVOLVIMENTO INTERPESSOAL</b>	<b>CÓDIGO: ADM P - 208</b>	<b>PERÍODO: 2º</b>
<b>CARGA HORÁRIA: 80h/a = 66,6h</b>		
<b>REVISÃO: 24/01/2018</b>		
<b>I – COMPETÊNCIAS</b>		
Desenvolver no aluno a capacidade de compreender a dinâmica das organizações, compreender os tipos de estruturas organizacionais e a dinâmica do poder nas organizações, sobretudo a questão da hierarquia; Desenvolver e implementar aplicações práticas visando o sistema de comunicação nas organizações; Construir conceitos sobre grupos, detectar características e diagnosticar sua dinâmica; Capacidade de identificar e detectar ações gerenciais e compreender o estilo gerencial, liderança e chefia; Desenvolver a capacidade de o aluno compreender o processo motivacional humano nas organizações; Capacidade de o aluno avaliar a dinâmica das relações grupais: conflitos, negociações, tomada de decisões.		
<b>II – HABILIDADES</b>		
Identificar e utilizar o processo de intervenção nas variáveis das diferenças individuais no comportamento em grupo e no desempenho profissional; Compreender a dinâmica das equipes de trabalhos, Compreender os conceitos e teorias motivacionais; Compreender os conceitos e teorias de liderança; Compreender o comportamento humano na diversidade e multiculturalismo; Identificar os aspectos para se estabelecer boas relações humanas; Identificar os aspectos da cultura organizacional e os mecanismos que possibilitam mudança; compreender a importância das relações interpessoais nas organizações; reconhecer o trabalho em equipe; desenvolver a comunicação interpessoal e intergrupala.		
<b>III – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS</b>		
Conceito de comportamento organizacional no contexto da globalização, diversidade da força de trabalho e estímulo à inovação e mudança; Clima organizacional; absenteísmo, rotatividade e cidadania organizacional; Visão geral sobre as práticas e políticas de Recursos Humanos; Diversidade nas organizações, personalidade, valores e criatividade; desigualdades sociais e entre gêneros; Conceito e aspectos motivacionais e de satisfação; Introdução à Liderança e gestão de equipes; Relações de poder e política na organização; Tomada de decisão no nível individual e grupal; Introdução à Cultura organizacional; Gestão de conflitos e Gestão da Mudança; comunicação; administração do estresse.		
<b>IV – METODOLOGIA</b>		
Preleções, com auxílio de recursos audiovisuais, discussões de casos, palestras, estudos dirigidos e realização de trabalhos de pesquisa; Elaboração de trabalhos práticos, a partir de situações constatadas nas organizações. Estudo coletivo, com apresentação dos estudos realizados, discussão e exposição dos assuntos.		
<b>V – AVALIAÇÃO</b>		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq$ a 5,0 (cinco inteiros).		
<b>VI – BIBLIOGRAFIA</b>		
<p>Básica:</p> <p>MOSCOVICI, Fela. Desenvolvimento Interpessoal: treinamento em grupo. Rio de Janeiro: José Olympio, 2015.</p> <p>ROBBINS, Stephen P. Comportamento organizacional. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002. (Acesso Virtual)</p> <p>GRAMIGNA, Maria Rita. Modelo de competências e gestão dos talentos. 2. ed. São Paulo: Pearson / Prentice Hall (Grupo Pearson), 2007. (Acesso Virtual)</p> <p>Complementar:</p> <p>CORTELLA, Mário Sérgio, Dimenstein Gilberto. A época da curadoria. O que importa é saber o que importa. Campinas: Papyrus. 2015. (Acesso Virtual)</p> <p>KINICKI, Angelo; KREITNER, Robert; ROSA, Maria Lucia G. L. (Tradutor ). Comportamento organizacional. 2. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.</p> <p>WOOD JR, Thomaz (Coordenador). Gestão empresarial: comportamento organizacional. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial. Alinhando teoria e a prática. São Paulo: Manolo . 2014. (Acesso Virtual)</p> <p>GABELINE, Viviane Maria Penteadó. Negociação e conflitos. Curitiba: Intersaberes. 2016. (Acesso Virtual)</p>		

## PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: INTRODUÇÃO À MARKETING	CÓDIGO: ADM P - 209	PERÍODO: 2º	
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h			
REVISÃO: 24/01/2018			
<b>I – COMPETÊNCIAS</b>			
Desenvolver conhecimentos inerentes ao ambiente de marketing; apresentar a aplicabilidade do composto de marketing às práticas mercadológicas de negócios; definir as relações entre empresa e consumidor; apresentar a perspectiva de geração de valor ao cliente e a satisfação de suas necessidades; demonstrar a aplicabilidade da segmentação.			
<b>II – HABILIDADES</b>			
Mensurar o papel de marketing nos negócios; compreender a função do marketing: produtos, serviços, atendimento às necessidades de mercado; entrega de valor e satisfação do cliente; Compreender a diferença entre desejos e necessidades; Reconhecer as variáveis do ambiente de marketing; utilizar o composto de marketing, segmentação, comportamento do consumidor para início de auditorias e consultorias; refletir criticamente sobre ações das empresas no mercado; buscar dados no mercado; desenvolver raciocínio crítico analítico e lógico			
<b>III – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS</b>			
Conceitos básicos (função do marketing nos negócios, fundamentos, estados de demanda, orientação para o mercado); Análise dos ambientes de marketing: ambiente externo e ambiente interno/ambiente competitivo (composto mercadológico; ciclo de vida de produto, bem econômico (primário, intermediário, de capital e final), precificação, embalagem, canais de distribuição, formatos de pontos de venda, ferramentas comunicacionais); público-alvo e comportamento de consumo; valor percebido pelo cliente; mercado-alvo e segmentação de mercado; concorrência (análise da concorrência e benchmarking), fornecedores e demais stakeholders); marketing de serviços, pesquisa de mercado: métodos, procedimentos, desenvolvimento, aplicação e análise de resultados.			
<b>IV – METODOLOGIA</b>			
A metodologia se baseia em aulas teóricas expositivas e aulas práticas com o desenvolvimento de trabalhos, seminários e estudo de casos.			
<b>V – AVALIAÇÃO</b>			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq$ a 5,0 (cinco inteiros).			
<b>VI – BIBLIOGRAFIA</b>			
<p><b>BÁSICA:</b>  <u>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; CAIRO, Sabrina; BARRETO, Iná Futino; CRESCITELLI, Edson.</u> Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos. 5. ed. São Paulo: <u>Pearson</u>, 2013 (BV)  <u>URDAN, André Torres; URDAN, Flávio Torres.</u> Gestão do composto de marketing. 2. ed. São Paulo: <u>Atlas</u>, 2013.  <u>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; ROSENBERG, Mônica</u> (Tradutor ); <u>FREIRE, Claudia</u> (Tradutor ); <u>FERNANDES, Brasil Ramos</u> (Tradutor ). Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: <u>Pearson Education do Brasil</u>, 2006.</p> <p><b>COMPLEMENTAR:</b>  <u>HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F.</u> Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 3. ed. São Paulo: <u>Pearson Prentice Hall</u>, 2005.  <u>SIQUEIRA, Rodrigo.</u> Plano de marketing passo a passo: serviços. Rio de Janeiro: <u>Reichmann &amp; Affonso</u>, 2002.  <u>HUTT, Michael D.; SPEH, Thomas W.; ROCHA, Luciana de Oliveira</u>(Tradutor ). B2B Gestão de marketing em mercados industriais e organizacionais. 7. ed. Porto Alegre: <u>Bookman</u>, 2002.  <u>LAS CASAS, Alexandre Luzzi.</u> Marketing: conceitos, exercícios, casos. 5 ed. São Paulo: <u>Atlas</u>, 2001  <u>CHETOCHINE, Georges.</u> Buzz. Marketing. São Paulo: <u>Pearson</u>. 2006 (BV)</p>			

## PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: DIREITO APLICADO À EMPRESA	CÓDIGO: ADM B - 210	PERÍODO: 2º	
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h			
REVISÃO: 24/01/2018			
<b>I – COMPETÊNCIAS</b>			
Identificar aspectos gerais e relevantes do direito público e privado; diferença da pessoa física e jurídica; detectar a capacidade de agir segundo as normas jurídicas, compreender o ser humano e entidade jurídica como detentoras de personalidade e a reconhecer e utilizar a devida proteção legal; reconhecer as relações consumerísticas, bem como as normas que protegem o consumidor; identificar crimes e sua penalização; identificar a proteção da invenção, bem como ter noção geral da proteção à obra intelectual, e saber diferenças básicas entre marca e patente. Noções básicas de cidadania, direitos humanos e proteção ao meio ambiente, com finalidade a desenvolver uma consciência globalizada da gestão sustentável.			
<b>II – HABILIDADES</b>			
Organizar os procedimentos definidos pela legislação quanto a pessoa física e pessoa jurídica; avaliar a política de recursos humanos segundo a normatização do direito internacional, dos direitos humanos e do direito ambiental; avaliar o cumprimento das normas referentes aos ilícitos cíveis e penais; identificar e avaliar a legislação aplicável à propriedade e uso de marcas e patentes, pois o Direito é uma das peças fundamentais para as empresas e comunidade, e é através desta fonte que se tem a base das informações e conceitos, normas e regras, que norteiam a administração das empresas em geral, tanto privadas, quanto públicas.			
<b>III – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS</b>			
Direito Administrativo: conceito, princípios aplicáveis, licitações, servidores públicos; Direito civil: pessoa física e pessoa jurídica, teoria geral dos contratos; Noções de Direito do Consumidor: fornecedor; relação de consumo; direitos e deveres do consumidor e do fornecedor; noções de direito penal; crimes dolosos e culposos; crimes financeiros; Direito Empresarial: conceito de empresa; fundo de comércio; sociedades empresária e responsabilidade dos sócios; os novos contratos comerciais ( <i>leasing, franchising e factoring</i> ); contratos internacionais; noções de títulos de crédito, espécies de títulos de crédito; marcas e patentes; proteção jurídica à propriedade intelectual; direito internacional público; direito internacional privado; direito ambiental e a responsabilidade civil do empresário; gestão sustentável e globalização; Direitos Humanos e cidadania na empresa, construção e reconstrução de espaços democráticos pela empresa.			
<b>IV – METODOLOGIA</b>			
Aulas expositivas; análise de julgados e casos pertinentes ao conteúdo programático; simulação de processos na área empresarial; visita ao Tribunal de Justiça de São Paulo; assistência de audiências; espécies de defesa da empresa; seminários. Pesquisas. Estudo de casos.			
<b>V – AVALIAÇÃO</b>			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq$ a 5,0 (cinco inteiros).			
<b>VI – BIBLIOGRAFIA</b>			
<b>BÁSICA:</b>			
MAMEDE, Gladston. Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial volume 1. São Paulo: Atlas, 2015			
DOWER, N. G. B. Instituições de Direito Público e Privado. 13ª. ed. São Paulo: Atlas, 2005.			
NIARADI, George. Direito empresarial para administradores. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2008. (BV)			
<b>COMPLEMENTAR:</b>			
MAMEDE, Gladston. Direito empresarial brasileiro: falência e recuperação de empresas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.			
HORVATH, Miriam V. Fiaux. Direito Administrativo. Barueri, SP: Manole. 2011 (Acesso Virtual)			
BRASIL. Código de Proteção e Defesa do Consumidor. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.			
VADE MECUM. 18.ed. São Paulo: Saraiva. 2015.			
COELHO, Fábio Ulhoa. Manual de direito comercial. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.			

## PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL DAS EMPRESAS	CÓDIGO: ADM C - 211	PERÍODO: 2º	
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h			
REVISÃO: 24/01/2018			
<b>I – COMPETÊNCIAS</b>			
Formar gestores que compreendam a dimensão socioambiental como parte integrante do Sistema de Gestão de sua empresa; alinhar a competitividade e o desenvolvimento econômico com práticas sustentáveis; avaliar os fatores críticos de sucesso de um projeto de responsabilidade socioambiental; discutir as melhores práticas de responsabilidade socioambiental.			
<b>II – HABILIDADES</b>			
Entender a importância do papel social das organizações; desenvolver a visão sobre a gestão socioambiental como novo elemento para competitividade empresarial; exercer a responsabilidade socioambiental e a função empresarial; a evolução do conceito e das práticas de responsabilidade socioambiental; elaboração e avaliação de projetos de responsabilidade socioambiental empresarial; alinhamento do modelo de gestão e práticas de responsabilidade socioambiental. Melhores práticas de responsabilidade socioambiental; tendências da pesquisa sobre responsabilidade socioambiental nos principais periódicos científicos no Brasil e no mundo.			
<b>III – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS</b>			
A responsabilidade socioambiental ; evolução do conceito de responsabilidade social; principais marcos e evolução da questão ambiental (ECO 92; Protocolo de Kyoto; Carta da Terra; Agenda 21); da preocupação ambiental para o desenvolvimento sustentável; o tripé do desenvolvimento: social, econômico e ambiental; Gestão sociomambienta e competitividade; responsabilidade socioambiental e cidadania corporativa; modelo de gestão socioambiental; programas de Excelência em gestão e as certificações ambientais; Desenvolvimento de Projetos e Negócios Socioambientais; principais normas e legislação ambiental; projetos socioambientais e incentivos fiscais; indicadores de desenvolvimento socioambiental; elaboração e avaliação de projetos de responsabilidade socioambiental; novos negócios da sustentabilidade; melhores práticas e tendências em gestão socioambiental; melhores práticas de responsabilidade socioambiental; tendências na pesquisa e ensino de responsabilidade socioambiental. A responsabilidade social e ambiental como pontos estratégicos.			
<b>IV – METODOLOGIA</b>			
Aulas expositivas; promoção de grupos de discussão e seminários a partir de textos, filmes e artigos selecionados para o curso.			
<b>V – AVALIAÇÃO</b>			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq$ a 5,0 (cinco inteiros).			
<b>VI – BIBLIOGRAFIA</b>			
<b>BÁSICA:</b> <u>CURI, Denise.</u> Gestao Ambiental. São Paulo: <u>Pearson Brasil</u> , 2012. (Biblioteca e Acesso Virtual) <u>BERTE, Rodrigo.</u> Gestão socioambiental no Brasil. Curitiba: <u>Intersaberes</u> , 2013. <u>CUNHA, Mario Sérgio Alencastro.</u> Empresas, ambiente e sociedade: introdução à gestão socioambiental corporativa. São Bernardo do Campo: <u>Intersaberes</u> , 2012.			
<b>COMPLEMENTAR:</b> <u>GESTÃO Ambiental.</u> São Paulo: <u>Pearson Brasil</u> , 2011. <u>MOURA, Luiz Antônio Abdalla de.</u> Qualidade e gestão ambiental: sugetões para implantação das normas ISO 14000 nas empresas. 3. ed. São Paulo: <u>Juarez de Oliveira</u> , 2002. <u>MELO NETO, F. P.;</u> <u>FROES, C.</u> Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: <u>Qualitymark</u> , 2001. <u>ASHLEY, P.</u> Ética e Responsabilidade social nos negócios. 2. ed. São Paulo: <u>Saraiva</u> , 2006. <u>FRANCISCHINI, Andresa Silva Neto.</u> Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: <u>Peirópolis: Instituto Ethos</u> , 2005. v.4			

## PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: ESTATÍSTICA	CÓDIGO: ADM T - 212	PERÍODO: 2º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 24/01/2018		
<b>I – COMPETÊNCIAS</b>		
Efetuar o cálculo de probabilidades; elaborar modelos probabilísticos e distribuições de probabilidade, incluindo a idéia de simulação; utilizar métodos estatísticos básicos para fazer estimação pontual e por intervalos de confiança, testes de hipóteses e modelagem estatística de relações entre variáveis discretas e contínuas.		
<b>II – HABILIDADES</b>		
Probabilidade; conceitos básicos, probabilidade condicional, independência; teorema de Bayes, variáveis aleatórias, modelos binomial e normal; introdução à inferência; população e amostra; distribuição amostral, amostra aleatória simples, introdução à estimação e testes de hipóteses.		
<b>III – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS</b>		
<p>Probabilidade; Conceitos Básicos. Interpretações de Probabilidade; Propriedades da Probabilidade; Espaços amostrais simples – técnicas de contagem; Probabilidade Condicional; Independência; Teorema de Bayes; Variáveis Aleatórias Univariadas; Variáveis aleatórias discretas; Definição e exemplos; Função de Probabilidade; Valor esperado e variância de uma variável aleatória discreta; Propriedades do valor esperado e da variância; Função de distribuição acumulada; Definição e propriedades; Principais modelos probabilísticos para variáveis aleatórias discretas; Geométrico, Binomial, Hipergeométrico e Poisson; Variáveis aleatórias contínuas; Conceituação; Modelo Uniforme; Modelo Normal; Aproximação Normal da Binomial; Variáveis Aleatórias Multidimensionais; Distribuição conjunta para o caso discreto</p> <p>Distribuições Marginais e condicionais (caso discreto); Funções de variáveis aleatórias; Propriedades da esperança e da variância; Covariância e correlação entre duas variáveis aleatórias; Aplicações da distribuição normal (soma de variáveis aleatórias normais); Teorema Central do Limite (enunciado e exemplos de aplicação); Introdução à Inferência Estatística; População e Amostra; Parâmetro e Estatística; Problemas de Inferência; Amostragem; Amostra Aleatória Simples; Distribuição Amostral: média e proporção.</p> <p>Estimação; Primeiras noções; Propriedades de um estimador; Erro quadrático médio; Estimação por intervalo: média e proporção</p> <p>Distribuição t-de-Student para o caso de população normal com variância desconhecida e amostra de tamanho moderado; Testes de Hipóteses; Conceitos básicos (Hipótese nula e alternativa, erro tipo I e II); Testes sobre a média e proporção; Poder do teste</p> <p>P-valor; Aplicações de testes de hipóteses</p>		
<b>IV – METODOLOGIA</b>		
Aulas expositivas em sala de aula e laboratório de informática; utilização de planilha eletrônica e estudos de casos.		
<b>V – AVALIAÇÃO</b>		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq$ a 5,0 (cinco inteiros).		
<b>VI – BIBLIOGRAFIA</b>		
<p><b>BÁSICA:</b></p> <p>MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e interferência - volume único. São Paulo: <u>Pearson Education</u>, 2010.</p> <p>LEVIN, Jack; FOX, James Alan; FORDE, David R.. Estatística para ciências humanas. 11. ed. São Paulo: <u>Pearson</u>, 2012. (BV)</p> <p>TRIOLA, M. F. Introdução à Estatística. 7.ed. Rio de Janeiro: LTC,1999.</p> <p><b>COMPLEMENTAR:</b></p> <p>BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A.. Estatística básica. 5. ed. São Paulo: <u>Saraiva</u>, 2003.</p> <p>MAGNUSSON, William E.; MOURÃO, G. M.. Estatística sem matemática: a ligação entre as questões e as análises. Londrina: <u>Editora Planta</u>, 2005.</p> <p>SILVA, Paulo Afonso Lopes da. Probabilidade e estatística. Rio de Janeiro: <u>Reichmann &amp; Affonso</u>, 1999.</p> <p>SINCICH, Mac Clave Benson. Estatística para Administração e Economia. São Paulo: <u>Pearson Prentice Hall</u>, 2009.</p> <p>BONAFINI, Fernanda César. Estatística. São Paulo: <u>Pearson Education</u>. 2012.</p>		