UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2023**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**CIÊNCIAS CONTÁBEIS (050/I)**
Modalidade	**Parcialmente a distancia**
Disciplina	**1938/I - JOGOS DE EMPRESAS (OPT)**
Turma	**CCN/I**

Carga Horária:	**68**
C. Horár. EAD:	**12**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Gerenciamento de uma empresa, de forma simulada, onde a equipe é responsável pela tomada de decisões dentro do universo das disciplinas abordadas durante o programa do curso. Em um ambiente de mercado simulado, o objetivo é avaliar e mensurar a eficiência e eficácia das decisões tomadas e os impactos gerados no resultado das operações do negócio.

I. Objetivos

Ao final da disciplina, o aluno será capaz de definir e utilizar estratégicas e procedimentos inerentes à administração, discernindo as possibilidades oferecidas pelos modelos básicos de tomada de decisão, conhecendo a fundamentação necessária para o sucesso na escolha e implementação de novas estratégias e políticas de negócios. Aprender a tomar decisões em ambientes competitivos mediante a utilização da plataforma virtual para simulações de negócios.

II. Programa

1. OS JOGOS DE EMPRESA E A APRENDIZAGEM.
2. HISTÓRICO DE JOGOS.
2.1.Conceito de Jogos;
2.2. Conceito de Jogo Simulado.
3. ESCOLHA DO SIMULADOR.
3.1 Características do jogo;
3.2 Escolha das Equipes;
3.2.1 Cadastro das Equipes;
3.2.2 Instruções Gerais do jogo.
4. ESTUDO DE MERCADO.
4.1 Demanda anual;
4.1.1 População e classes sociais;
4.1.2 Quantidade de lojas.
5. FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDA;
5.1 método de rateio pelo custo dos produtos;
5.2 método de rateio pela demanda.
6.GESTÃO DE ESTOQUES
6.1 Analise Tempo de entrega;
6.2 Analise Fretes;
6.3 Analise Espaço para armazenagem;
6.4 Analise Níveis de qualidade;
6.5 Analise Preços de compra à vista e a prazo;
6.6 Analise quantidade de compra por fornecedor.
7. GESTÃO DE PESSOAL;
7.1 Quantidade de funcionários;
7.2 Comissão de vendas;
7.3 Encargos;
7.4 Treinamento de funcionários;
7.5 Definição de Salários;
7.6 Custos de Demissão
8. GESTÃO DE PROPAGANDA.
8.1 Cálculo de Desempenho das Mídias
8.1.1 Propaganda em TV;
8.1.2 Propaganda em rádios;
8.1.3 Propaganda em jornais;
8.1.4 Propaganda em outdoors.
9. GESTÃO FINANCEIRA;
9.1 Empréstimos;
9.2 Financiamento para imobilização;
9.3 DRE;
9.4 Fluxo de caixa;
9.5 Índices Número de vendas
9.5.1 Tesouraria;
9.5.2 Endividamento;
9.5.3 Composição do endividamento;

9.5.4 Imobilização do patrimônio líquido;
9.5.5 Imobilização dos recursos não correntes;
9.5.6 Liquidez geral;
9.5.7 Liquidez corrente;
9.5.8 Liquidez seca;
9.5.9 Giro do ativo;
9.5.10 Margem líquida;
9.5.11 Rentabilidade do ativo;
9.5.12 Rentabilidade do patrimônio líquido;
9.5.13 Prazo médio de pagamento de compras;
9.6 taxas de impostos praticadas (ICMS, PIS/COFINS, IMPOSTO DE RENDA, CSLL)

III. Metodologia de Ensino

A. ENSINO PRESENCIAL
- Aulas expositivas;
- Projeção de materiais em slide;
- Apresentação de trabalhos;
- Resolução de estudos de casos;
- Resolução de questionários referente aos conteúdos trabalhados;
- Disponibilização de material(ais) via disciplina no moodle.

Ensino a Distância (Conforme Resolução nº 0062/2008-CEPE/UNICENTRO)

I. Conteúdos que serão abordados a distância

O EAD será utilizado como complemento ao conteúdo ministrado nas aulas presenciais. Todas as semanas, até o fechamento da carga horária de 12 horas aula, serão postados no Moodle o conteúdo a ser desenvolvido e/ou realizado pelas (os) alunas (os).

II. Metodologia de trabalho

Vídeo aula gravada e/ou ao vivo; documentário; estudos de caso; lista de exercícios; trabalhos em grupo; análises de casos práticos; pesquisa; etc.

III. Tecnologias utilizadas

Para todas as temáticas abordadas a tecnologia será os recursos: Fórum, Tarefa, chats entre outros recursos disponível no Moodle.

IV. Cronograma de tutoria presencial

A tutoria presencial vai acontecer durante o horário de atendimento ao aluno.

V. Critérios de avaliação

A avaliação será atribuída conforme descrita na seção V - Formas de Avaliação.

VI. Cronogramas de avaliação

Conforme andamento da disciplina

IV. Formas de Avaliação

Avaliação dos trabalhos; Avaliação do aproveitamento dos grupos de estudos; Avaliação do desempenho do Simulador; Apresentação de relatórios das Rodadas e Formação dos cálculos Empresariais.
A. MÉDIA DO SEMESTRE:
Avaliação 01 = 40
- Lista(s) de exercícios/trabalhos/pesquisa a serem desenvolvidas no Ensino a Distância (EAD) e participação nas aulas.
Avaliação 02 = 60
- Prova(s) ou Trabalho(s) Avaliativo (s) com datas a serem definidas durante o semestre
B. RECUPERAÇÃO DO SEMESTRE:
Conforme Resolução nº 1-COU/2022, a partir do ano letivo de 2022 NÃO há mais o Exame Final. A recuperação da nota do semestre poderá ocorrer de duas formas:
(i) Recuperação da Avaliação 01 (40
): entrega de nova lista de exercícios
(ii) Recuperação da Avaliação 02 (60
): prova final a ser realizada na última semana do semestre. Soma das avaliações ou recuperação (utiliza a maior nota)

V. Bibliografia

Básica

BATESON, John; HOFFMAN, Douglas. Princípios de marketing de serviços: Conceitos, Estratégias e Casos. 3ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788522124039
COBRA, Marcos. Estratégias de Marketing de Serviços. 2. ed. São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 2000. CORRÊA, Henrique Luiz.Teoria geral da administração : abordagem histórica da gestão de produção e operações. São Paulo : Atlas, 2003.
CHIAVENATO, Idalberto. Recursos humanos : edição compacta. 9º ed. São Paulo: Elsevier,2009.
FIANI, Ronaldo.Teoria dos jogos. 4º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788595156388
FRANCO, Paulo Roberto; SILVA, Rosinda Ângela da. Jogos de empresas Fundamentos para competir.1º ed. Curitiba: 2018.
GITMAN, Lawrence J., Princípios de Administração Financeira. 7º ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.
GRAMINGNA,Maria Rita. Jogos de Empresas e Técnicas Vivenciais.2º ed. São Paulo: Pearson, 2006

GRAMIGNA, Maria.Rita. Jogos de empresa. São Paulo: Pearson, 2007.
PESSOA, Carlos. Negociação aplicada : como utilizar as táticas e estratégias para transformar conflitos interpessoais em relacionamentos cooperativos. São Paulo : Atlas, 2009. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788522464456
MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital. 8º ed. São Paulo: Atlas, 2018. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788597012460
RABAGLIO, M.O. Jogos para seleção. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.
SILVA, José Pereira, Análise Financeira das Empresas.13º ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788522125784
SLACK, N. et al. Administração da produção. 8ª ed. Atlas; São Paulo; 2018. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788597015386
STAREC, C. Gestão estratégica da informação e inteligência competitiva: Como transformar a informação em vantagem competitiva nas organizações 1 edição. São Paulo: Saraiva, 2012. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788502175358
WILHELM Pedro Paulo Hugo. Jogos de empresas: Uma nova perspectiva de aproveitamento e uso no ensino e pesquisa. 1º ed. eBook Kindle: Dialetica, 2020.

Complementar

ANSOFF, H. I. Administração estratégica. 7º ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007 .
BITENCOURT, Claudia et al. Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais.2º ed. Porto Alegre: Bookman, 2007. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788577806225
DEGEN, R., O Empreendedor : fundamentos da iniciativa empresarial, São Paulo: McGraw- Hill, 1989.
DRUCKER, P.F. Introdução à administração. São Paulo: Pioneira, 1984.
DUTRA, Joel S. Gestão de pessoas: modelos, processos, tendências e perspectivas. 2º ed. São Paulo, Atlas, 2016. Acesso: https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788597005196
LAS CASAS, A. L et al. Novos rumos do marketing. São Paulo: Atlas, 2001.
MARTINS, Petrônio Garcia. Administração da produção 2ª ed. São Paulo: saraiva, 2006.
KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados 1º. ed. Alta Books, 2021. Acesso:https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9786555202458

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECIC/I
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 302
Data: 10/11/2023