

COMUNICADO EMC/IT 2/2023

DIVULGA A RELAÇÃO DE COMPONENTES CURRICULARES RECOMENDADOS COMO OPTATIVOS PARA O CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA MECÂNICA DO CÂMPUS ITATIBA DA UNIVERSIDADE SÃO FRANCISCO – USF NO 1.º SEMESTRE LETIVO DE 2024.

O Coordenador do Curso de Graduação em Engenharia Mecânica do Câmpus Itatiba da Universidade São Francisco – USF, no uso de suas atribuições, faz o seguinte

COMUNICADO

Art. 1.º Ficam estabelecidos, conforme anexo, os componentes curriculares recomendados como optativos para o curso de Engenharia Mecânica do Câmpus Itatiba da Universidade São Francisco – USF a serem ofertados no 1.º semestre de 2024.

Art. 2.º A escolha deve ser realizada nos períodos previstos para o Plano de Estudos, conforme prazos estabelecidos no Calendário Escolar e Cronograma de Atividades para o ano letivo de 2023.

§ 1.º Os estudantes deverão priorizar em seus Planos de Estudos a alocação dos componentes curriculares regulares específicos do próprio curso, flexibilizando a escolha dos componentes optativos.

§ 2.º Caso a opção por parte do estudante seja por qualquer outro componente curricular ofertado em outro curso de graduação da USF, não sugerido no quadro de componentes curriculares em anexo, o estudante deve verificar se ele não possui equivalência com componentes curriculares do próprio curso.

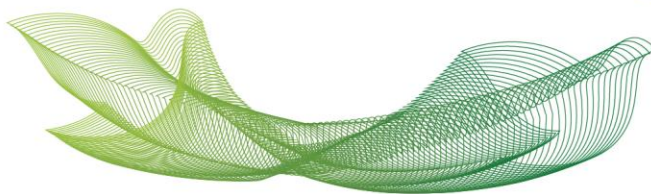
§ 3.º Para os componentes curriculares na modalidade Educação a Distância – EaD (EV), deverão ser observadas, no Resumo Acadêmico, as datas de Início/Fim dos módulos e conseqüentemente a abertura dos mesmos na sala virtual.

Art. 3.º Dê-se ciência aos interessados e a quem de direito para que o presente produza seus efeitos.

Publique-se.

Itatiba, SP, 12 de dezembro de 2023.

Filipe Alves Coelho
Coordenador



Anexo ao Comunicado EMC/IT 2/2023

COMPONENTES CURRICULARES RECOMENDADOS COMO OPTATIVAS PARA O 1.º SEMESTRE DE 2024

CURSO DE ENGENHARIA MECÂNICA

MODALIDADE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

EV50605	GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS
EV50564	CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇO
EV50115	DESENVOLVIMENTO PESSOAL E ORGANIZACIONAL
EV50569	ECONOMIA E MERCADOS
EV50615	MARKETING DIGITAL E COMÉRCIO ELETRÔNICO
EV50710	INTELIGÊNCIA DE MERCADO

EMENTAS

EV50605 – GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

Conceitos de Logística. Atividades primárias, secundárias e a formação da cadeia de suprimentos. Classificação e codificação de materiais. Gestão de Compras. Gestão de Estoques. Políticas de Gestão de Fornecedores.

EV50564 – CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇO

Visão de custos e conceitos fundamentais. Método de Custeio por Absorção. Elementos de custos. Sistemas de custeamento. Contabilização das contas de custos. Formação e análise de preços.

EV50115 – DESENVOLVIMENTO PESSOAL E ORGANIZACIONAL

Comportamento e Cultura organizacional. Gestão de Mudanças. Estratégias de Liderança: principais tipos e estilos de líderes. Relacionamento Interpessoal. Comunicação, Criatividade, Aprendizagem Organizacional, Inteligência Emocional. Administração de Conflitos. Formação e desenvolvimento de Equipes. Introdução à Gestão de Pessoas e seus subsistemas.

EV50569 – ECONOMIA E MERCADOS

Conceitos e fundamentos da ciência econômica. Aplicação da lei da escassez sobre os fatores de produção e seus desdobramentos na curva de possibilidade de produção, no custo de oportunidade e no fluxo circular da renda. A influência das forças de oferta, demanda e elasticidade nas relações de equilíbrio, na estrutura e no comportamento do mercado.

EV50615 – MARKETING DIGITAL E COMÉRCIO ELETRÔNICO

Marketing Digital. Perfil do consumidor digital. Inclusão digital da organização. Mídias sociais e o relacionamento com clientes. Conceito, evolução e inovações do comércio eletrônico. E-commerce e plataformas digitais de negócios. Integração de mix promocional. Meios de pagamento e Responsabilidade civil. Performance e avaliação de resultados de estratégias de marketing. Ética do marketing eletrônico.

EV50710 – INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Comportamento do Consumidor. Influências Externas. Influências Internas. Processo de Decisão do Consumidor. O comprador organizacional. O papel da Pesquisa de Marketing. Sistema de Informação de Marketing. Projeto de Pesquisa. Métodos de coleta de dados. Amostragem. Análise de Dados. Relatórios de Pesquisa. Conceito de comunicação integrada de marketing (CIM). Importância e evolução da CIM