



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS I	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: 60 HORAS	CH TOTAL PRÁTICA: ---	CH TOTAL: 60 HORAS

OBJETIVOS

- Assimilar os principais pressupostos teóricos que fundamentam a definição e práticas de Administração de Recursos Humanos nas Organizações
- Conhecer as principais Atividades e Procedimentos dos vários subsistemas da Administração de RH e os Impactos de sua operacionalização em diferentes Instâncias Organizacionais

EMENTA

- Contexto Histórico da Administração de Recursos Humanos
- Administração de RH nas Organizações
- O Planejamento de Recursos Humanos
- Procedimentos básicos para aplicação de Recursos Humanos
- Políticas e Práticas de Suprimentos de Recursos Humanos
- A questão da Formação Profissional
- O Treinamento e Desenvolvimento no interior das Organizações
- A Avaliação do Desempenho como Prática de Recursos Humanos
- Sistemas de Informações sobre Recursos Humanos

PROGRAMA

1. Contexto Histórico da Administração de Recursos Humanos
2. Administração de R.H. nas Organizações
 - 2.1- Objetivos, Políticas e Estratégias
 - 2.2- Expectativas do Vínculo Empresa-empregado
3. O Planejamento de R.H.
 - 3.1- Conceitos, Processos, Componentes e Variáveis do Processo
4. Procedimentos Básicos para aplicação de R.H.

2.4- Apresentação dos 4As

3. Segmentação de Mercado:

- 3.1- Conceito de Segmentação de Mercado
- 3.2- Objetivos de mercado
- 3.3- Exigências para uma segmentação eficaz
- 3.4- Procedimento e bases para a segmentação de mercado

4. Comportamento do Consumidor e do Comprador Organizacional:

- 4.1- Modelos de Comportamento do Consumidor
- 4.2- Estágios do processo de compra
- 4.3- Comportamento do comprador organizacional



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 3ª ed., São Paulo, Atlas, 1994.

COBRA, Marcos. **Marketing Básico: uma perspectiva brasileira.** 3ª ed., São Paulo, Atlas, 1997.

CUNDIFF, E.W.; STILL, R.R.; GOVONI, N.A.P. **Marketing básico: fundamentos.** São Paulo: Atlas, 1979.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BENNET, P.D.; KASSARJIAN, H.H. **O comportamento do consumidor.** São Paulo: Atlas: 1978.

BOONE, L.E.; KURTZ, D.L. **Marketing contemporâneo.** 8.ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1998.

GRIFFIN, R.W. **Introdução à Administração.** São Paulo: Ática, 2007.

MARTIN, C. **A logística do marketing: otimizando processos para aproximar fornecedores e clientes.** 4.ed. São Paulo: Futura, 2002.

MYERS, J.H.; REINOLDS, W.H. **Gerência de Marketing e Comportamento do Consumidor.** Petrópolis: Vozes, 1977.

APROVAÇÃO

25 / 06 / 12

Boand

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso

Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Luana Padua Soares

Coordenadora do Curso de Graduação em Nutrição
Portaria R Nº 856/11

28 / 06 / 2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Prof. Walter Gomes da Cunha
Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica