

**FACULDADES ALVES FARIA – ALFA.**

Av. Perimetral Norte, nº. 4.129 - Vila João Vaz

CEP: 74.455-190 - Goiânia - GO

CNPJ: 02850990/0001-82

TEL: 62 3272 5000

FAX: 62 3272 5002

URL: <http://www.alfa.br>E-MAIL: alfa@alfa.br

PLANO DE CURSO		VIGÊNCIA: 2013
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO: MBA em Gestão de Marketing		
MÓDULO: Gestão de Preços e Custos		
CARGA HORÁRIA DO MÓDULO: 30 horas		
PROFESSOR(A): Luis Guilherme Magalhães		TITULAÇÃO: Especialista
E-MAIL DE CONTATO: professor@luisguilherme.com.br		

EMENTA

Custos: Classificação e nomenclatura. Custos fixos e variáveis. Os diferentes tipos de custeio: por absorção, direto ou variável e o baseado em atividades. Métodos de definição de preços. Formação do preço de venda. Abordagens técnicas para a formação de preços: a partir do valor percebido pelo consumidor, da análise da concorrência e da análise de custos. Pricing e Ciclo de Vida do Produto.

JUSTIFICATIVA

O Gestor em Marketing, em sua atuação cotidiana, é responsável por tomar importantes decisões, e para esse processo é necessário o amparo técnico em diferentes áreas de conhecimento. O amparo da análise de preços e custos de produtos vai capacitar o profissional nos processos de decisão de quais e em que volume deve-se investir nos produtos ou serviços da empresa e até se deve ou não investir em novos produtos ou produtos existentes.

OBJETIVOS

- Desenvolver os conceitos básicos de gestão de custos e precificação;
- Conhecer os conceitos e terminologias usuais utilizados pelos profissionais contabilistas;
- Compreender o contexto utilizado nas organizações para a melhor gestão de seus recursos;
- Adquirir uma visão geral das técnicas e princípios de maior relevância aplicados ao custeamento e precificação de produtos.

CONTEÚDOS**UNIDADE I: CLASSIFICAÇÃO E NOMENCLATURA**

- Terminologias adotadas a custos
- Princípios contábeis de maior relevância aplicado a custos
- Classificações para custo

UNIDADE II: OS DIFRENTES TIPOS DE CUSTEIO

- Métodos de custeamento do produto
- Custeio baseado em atividade

UNIDADE III: ANÁLISE: CUSTO, VOLUME E LUCRO

UNIDADE IV: CUSTO-PADRÃO

- Custo-padrão
- Construção do padrão

UNIDADE V: FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDA

- Conceitos pra formação de preços de venda

UNIDADE VI: DECISÃO SOBRE COMPRA OU PRODUÇÃO

UNIDADE VII: CICLO DE VIDA DO PRODUTO

METODOLOGIA E RECURSOS

Utilização de ora da metodologia construtivista ora da metodologia do ensino tradicional em aulas expositivas e dialogadas, orientadas através do conhecimento técnico e intelectual do professor para a instrução dos alunos.

Utilização de recursos tradicionais (quadro e giz) e de recursos multimídia (data show e caixas de som), para exposição do conhecimento através da fala, imagens textos e vídeo.

AVALIAÇÃO

Serão aplicadas avaliações para verificação do nível de aprendizagem ao final dos dois primeiros encontros e de um trabalho em grupo ao final do último encontro para completar a composição da nota do módulo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRUNI, Adriano Leal; Famá, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2003 (657.4 B896g)

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custo**. 9ª edição. São Paulo: Atlas, 2009 (657.4 M379c)

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 7ª edição. São Paulo: Atlas, 2010 (657.05 P124c)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LEONE, George Sebastião Guerra. **Curso de contabilidade de custos**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2000 (657.4 L583c)

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de formação de preços: políticas, estratégias e fundamentos**. 3ª edição. São Paulo: Atlas 2007

Local e data: Goiânia, 28 de Janeiro de 2013	
Assinatura do Professor	Visto do Gestor