

CURSO: Administração

SÉRIE: 7º e 8º Período

DISCIPLINA: Formação de Preços de Venda

e-mail: professor@luisguilherme.adm.br / www.luisguilherme.adm.br

PROF. Luis Guilherme Magalhães

TURNO: Noturno

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 1,5 horas

FONE: (62) 9607-2031

I - EMENTA

Esta disciplina trata da formação de preços de venda considerando quatro aspectos fundamentais: custos, composto de marketing, concorrentes e clientes. Para isso, serão abordadas as diferentes modalidades de custeio, a estrutura de mercado, implicações quanto à natureza do produto ou serviço, os diferentes tratamentos da concorrência e a vantagem competitiva da empresa, além de considerações sobre o tipo de cliente e sua percepção de valor.

II - OBJETIVOS GERAIS

Contribuir para o desenvolvimento das competências requeridas dos alunos, para que possam bem exercer o papel de administradores, conforme definidas no Projeto Pedagógico do Curso/PPC, em consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração – Resolução nº. 4/2005 - CNE/CES

III - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Saber como formar preço de venda sob diferentes situações competitivas e de percepção de valor pelos clientes, bem como considerando os custos do produto ou serviço.

IV - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

PREÇOS E CUSTOS

Premissas da análise e maximização dos lucros

A natureza dos custos de produção

A precificação e as receitas da firma

Break-even point, ou ponto de equilíbrio ou, ainda, ponto de nivelamento

Calculando a quantidade de equilíbrio Q^*

A maximização do lucro

Custo de produção

- Sistema de custeio por absorção
- Sistema de custeio direto ou variável
- Sistema de custeio por atividades ou ABC – Activity-based Costing
- Sistema de custo-alvo e custo kaizen
- Sistema de custo-padrão
- Sistema de unidade esforço de produção (UEP) ou unidade esforço de trabalho (UET)

O mark-up

A formação de preços de venda com base no custo do produto

PREÇOS E COMPOSTO DE MARKETING

O composto de marketing

A mensuração e análise do resultado

- Análise Vertical e Análise Horizontal
- O Retorno sobre o Patrimônio Líquido (RsPL)

A influência da precificação no RsPL

PREÇOS E CONCORRÊNCIA

O macroambiente e o ambiente setorial

A estrutura de mercado como determinante da capacidade de competição de uma empresa

Preços, quantidade ofertada e quantidade demandada

A elasticidade e sua importância na formação de preços de venda

- a) A elasticidade-preço da demanda
- b) A elasticidade-preço cruzada da demanda
- c) A elasticidade-renda da demanda

As cinco forças competitivas básicas

Cinco condições para uma adequada precificação

Uma breve explicação da Teoria dos Jogos

Uma reação pensada a respeito da competição de preço

PREÇOS E CLIENTES

O conceito de valor econômico

O que é que influencia a percepção de valor?

1. O efeito preço de referência
2. O efeito comparação difícil
3. O efeito custo de mudança
4. O efeito preço-qualidade
5. O efeito gasto
6. O efeito benefício final
7. O efeito custo compartilhado
8. O efeito justiça
9. O efeito moldura

Segmentação de clientes pela percepção de valor

V - ESTRATÉGIA DE TRABALHO

Para o alcance dos propósitos da disciplina as aulas serão desenvolvidas com o uso 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. Aplicação de Estudos de Caso, estudos dirigidos, debates, trabalhos intra e extraclasse individuais e em equipe, elaboração e apresentação de resumos de matérias publicadas em revistas e jornais especializados sobre o conteúdo programático e outras atividades que busquem desenvolver as competências e habilidades do aluno.

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

VI - AVALIAÇÃO

O processo formal de avaliação do aprendizado compreende duas avaliações bimestrais, sendo que as notas destas avaliações poderão ser compostas por notas de provas, trabalhos intra e extraclasse, participação em sala de aula, elaboração dirigida de exercícios e outros meios semelhantes. A avaliação de seminários deverá ser realizada individual e explicitamente – com ampla comunicação ao avaliado –, focando sua fluência verbal, argumentação na exposição dos assuntos, respostas às perguntas eventualmente formuladas durante ou após a apresentação, postura diante das dificuldades encontradas e liderança individual no processo de execução do seminário.

VII - BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de formação de preços: política, estratégias e fundamentos**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. (número de chamada: 658.8.03 (035) B523m)

MORANTE, Antonio Salvador; JORGE, Fauzi Timaco. **Formação de Preços de Venda. Preços e Custos. Preços e Composto de Marketing. Preços e Concorrência. Preços e Clientes**. São Paulo: Atlas, 2009. (número de chamada: 658.8.03 M829f)

NAGLE, Thomas T. HOGAN, John E. **Estratégias e táticas de preços: um guia para crescer com lucratividade**. 4ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007. (número de chamada: 658.81 N149e)

VIII - BIBLIOGRAFIA VIRTUAL

NAGLE, Thomas T.; HOGAN, John E. **Estratégias e táticas de preços: um guia para crescer com lucratividade**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007.

SCHIER, Carlos Ubiratan da Costa. **Gestão de Custos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão**. 2ª. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006

IX - BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSEF, Roberto. **Gerência de Preços: como ferramenta de marketing**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

BEULKE, Rolando. BERTÓ, Davio José. **Precificação: sinergia do marketing e das finanças**. São Paulo: Saraiva, 2009

BRUNI, Adriano Leal; FAMA, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 3a. ed. São Paulo: Atlas, 2004

COGAN, Samuel. **Custos e Preços: formação e análise**. São Paulo: Pioneira, 2002.

SARTORI, Eloi. **Gestão de Preços**. São Paulo: Atlas, 2004.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRONOGRAMA	CONTEÚDOS SELECIONADOS E PROPOSTOS	METODOLOGIA TÉCNICAS E RECURSOS	AVALIAÇÃO OBSERVAÇÕES E VERIFICAÇÃO
Apresentação da disciplina e sua importância para o curso e formação do aluno	10/08/15	Apresentação Discente e Docente Apresentação e Entrega do Plano de Ensino	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	17/08/15	Custos e Despesas - revisão de conceitos	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	

Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	24/08/15	Relações custo/volume/lucro	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	31/08/15	Decisões no Ponto de Equilíbrio	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	14/09/15	Aspectos Financeiros para vendas e Preços	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	21/09/15	Política de Preços	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	28/09/15	Período de Avaliações (NP1)	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	05/10/15	Período de Avaliações (NP1)	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	19/10/15	Dados e elementos necessários para formação de preços	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	26/10/15	Estruturação da formação de preços	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	09/11/15	Preço e custo financeiro no parcelamento	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	16/11/15	Período de Avaliações (NP2)	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	23/11/15	Período de Avaliações (NP2)	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos

Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	30/11/15	Período de Avaliações (PS)	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	07/12/15	Período de Avaliações (EXAME)	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	14/12/15	Período de Avaliações (EXAME)	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	21/12/15	ENTREGA DE NOTAS	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	