

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

CONCUSO PÚBLICO 2009

CARGO: ADMINISTRADOR

PROGRAMA DE PROVA ESPECÍFICA:

1. Administração Geral: O novo ambiente de trabalho: trabalhando na nova economia, as organizações e os gerentes no novo ambiente de trabalho, o processo gerencial, modernas abordagens de gestão; Comportamento ético e responsabilidade social; Gestão Estratégica; Organização: estruturas organizacionais tradicionais, rumos das estruturas organizacionais, tendências e práticas organizacionais; Liderança; Motivação; Comportamento e desempenho Individual; Equipes e trabalho em equipe.

2. Gestão de Pessoas: Evolução e estágio atual; Recrutamento e seleção; Cargos e salários; Treinamento e desenvolvimento; Planos de carreiras; Avaliação de desempenho convencional e diferenciada; Benefícios sociais; Relações trabalhistas e sindicatos; Gestão de pessoas e seu envolvimento nas transformações estruturais e estratégias organizacionais.

3. Administração Financeira: O papel das finanças e do administrador financeiro; Demonstrações financeiras, depreciação e fluxo de caixa; Análise das demonstrações financeiras; Valor do dinheiro no tempo; Decisões de investimento a longo prazo; Custo de Capital, alavancagem e estrutura de capital; Decisões de financiamento a longo e curto prazo.

4. Administração da Produção e Operações: Estratégia de Operações e suas dimensões competitivas; Medição da produtividade; Gestão de projetos; Projeto do produto; Análise de Processo; Seleção e projeto do processo de manufatura e de serviços; Gestão da qualidade; Estratégia da Cadeia de Suprimentos; Planejamento de Capacidade; Sistemas de Administração da Produção: Produção Enxuta, Sistemas MRP e ERP, manufatura sincronizada e teoria das restrições; Previsão: Administração da Demanda; Gestão de estoque.

5. Administração de Marketing: Fundamentos de Marketing: conceitos básicos, aplicações, funções da administração de marketing; Análise de mercado: segmentação, vantagens, formas ou critérios, estratégias e quantificação; Comportamento do cliente: Conhecendo clientes e mercados, o processo decisório de compra no mercado de bens de consumo e no mercado de negócios; Estratégias do produto; Estratégias de distribuição; Estratégias de preços.

BIBLIOGRAFIA SUGERIDA:

ARAÚJO, Luis César G de. *Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional*. São Paulo: Atlas, 2006

CHASE, Richard B.; AQUILANO, Nicholas J. JACOBS, F. Robert; *Administração da produção e operações para vantagens competitivas*. 11ª edição. São Paulo: Mcgraw Hill Brasil, 2006

DIAS, Sérgio Roberto (Coordenador). *Gestão de marketing* (Professores do Departamento de Mercadologia da FGV-EAESP e Convidados). São Paulo: Saraiva, 2003.

GITMAN, Lawrence J. *Princípios de administração financeira*. 7ª edição. São Paulo: Harbra, 1997.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira*. São Paulo: Atlas, 2006

SCHERMERHORN, JR, John R. *Administração*. 8ª edição. Rio de Janeiro: LTC, 2007.