



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: INTEGRAÇÃO DA GESTÃO DE CUSTOS COM MARKETING, OPERAÇÕES E FINANÇAS	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS	SIGLA: FAGEN	
CH TOTAL TEÓRICA: 60 horas	CH TOTAL PRÁTICA: -- horas	CH TOTAL: 60 horas

1. **OBJETIVOS**

Capacitar o aluno a entender as conexões intrínsecas dos negócios através das ferramentas de Gestão de Custos integradas com as decisões de Marketing, Operações e Finanças.

2. **EMENTA**

Gestão avançada de custos para tomada de decisão; Integração de custos com Marketing e Preços; Decisões de custos integradas com Operações e o impacto dos Sistemas Tributários.

3. **PROGRAMA****1. Gestão de Custos**

1.1 Revisão dos Conceitos de Margem de Contribuição, Custeio Variável, Ponto de Equilíbrio, Alavancagem Operacional.

1.2 Tomada de decisões utilizando Margem de Contribuição para Indústrias, Comércio e Serviços.

2. Integração de Custos com Marketing

2.1 Formação de Preços e Sistema de Mark-Up

2.2 Impacto dos tributos sobre os preços

2.3 Impacto das decisões tributárias sobre os custos, tributos e preços (Lucro Real, Lucro Presumido e Simples)

2.4 Criação de campanhas de Marketing utilizando Margem de Contribuição e Capacidade Ociosa.

3. Integração de Custos com Operações

3.1 Decisões de Seleção de Produção utilizando Margem de Contribuição e Gargalos/Restrições de Capacidade

3.2 Decisões nas empresas de Distribuição e Atacados com base em Custeio Gerencial. Problemas de volumes e pesos x Margem de Contribuição e Custos de Logística.

3.3 Cálculo dos custos da falta de produtos e dos estoques em excessos.

4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Gestão de custos e formação de preços com aplicações na calculadora HP12c e Excel**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2008.

GOLDRATT, E. M.; COX, J. **A Meta**: um processo de melhoria contínua. São Paulo: Nobel, 2002.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2010.

DUBOIS, A. **Gestão de custos e formação de preços**: conceitos, modelos e instrumentos – abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. São Paulo: Atlas, 2009.

ELDENBURG, L.; WOLCOTT, S. **Gestão de custos**: como medir, monitorar e motivar o desempenho. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

GOLDRATT, E. M. **Mais que sorte**: um processo de raciocínio. São Paulo: Educator, 1994.

HOOLEY, G. J.; PIERCY, N. F.; NICOLAUD, B. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2011.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise da indústria e da concorrência. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

6. APROVAÇÃO

Prof. Dr. Eduardo Giarola
Coordenador do Curso de Graduação em Administração

Profa. Dra. Kárem Cristina de Sousa Ribeiro
Diretora da Faculdade de Gestão e Negócios



Documento assinado eletronicamente por **Eduardo Giarola, Presidente**, em 14/10/2020, às 09:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Kárem Cristina de Sousa Ribeiro, Diretor(a)**, em 15/10/2020, às 14:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2319632** e o código CRC **1AE73C3C**.

Referência: Processo nº 23117.061000/2020-26

SEI nº 2319632