

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

MBA EXECUTIVO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

MBA EXECUTIVO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E O GERENCIAMENTO DE CAPITAL
RESUMO
A administração financeira está inserida em todas as nossas relações, sejam elas humanas, comerciais ou produtivas. Especificamente, em gestão de negócios, a gestão financeira é responsável pela: tomada de decisões que maximizem a riqueza do empreendimento; redução ao mínimo possível de risco do negócio; orientação da receita ao volume e obtenção de lucros reais. Ou seja, ela é quem demandará o presente e o futuro da organização. Este material procura abranger de maneira clara e didática os principais fatores que englobam a administração financeira e o gerenciamento de capital, para que você compreenda as bases dessas áreas e desenvolva a sua atuação nelas.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 CONCEITOS GERAIS O ADMINISTRADOR FINANCEIRO FERRAMENTAS DE CÁLCULO FINANCEIRO CALCULADORAS FINANCEIRAS - A HP-12C FERRAMENTAS DE PROJEÇÃO FINANCEIRA AULA 2 DECISÕES FINANCEIRAS NAS CORPORAÇÕES PROJEÇÕES DE RECEITA RECEITA E SAZONALIDADE PROJEÇÕES DO BALANÇO FINANCEIRO E FLUXO DE CAIXA A FUNÇÃO FINANCEIRA NAS EMPRESAS AULA 3 PONTO DE EQUILÍBRIO OPERACIONAL CUSTOS FIXOS E VARIÁVEL MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO GRAU DE ALAVANCAGEM OPERACIONAL (GAO) GRAU DE ALAVANCAGEM FINANCEIRA (GAF) AULA 4 GESTÃO DO CAPITAL DE GIRO MATÉRIA-PRIMA E O ESTOQUE EXCEDENTE EFICIÊNCIA DE GIRO E ESTOQUE INDICADORES FINANCEIROS ÍNDICES FINANCEIROS AULA 5 ANÁLISE DE INVESTIMENTOS CUSTOS EM INVESTIMENTOS CÁLCULO E MENSURAÇÃO DOS CUSTOS EM INVESTIMENTOS CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL VAUE (VALOR ANUAL UNIFORME EQUIVALENTE) AULA 6 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)

TIR INCREMENTAL
PAYBACK SIMPLES
PAYBACK ATUALIZADO

BIBLIOGRAFIAS

- CASTANHEIRA, N. P. Matemática financeira aplicada. 3. ed. Curitiba: Ibpex 2010.
- CHIAVENATO, I. Gestão financeira: uma abordagem introdutória. 3. ed. Barueri: Manole, 2014.
- LAM, C. 6 planilhas essenciais para sua empresa. Exame, 27 mar. 2013. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/6-planilhas-essenciais-para-sua-empresa>.

DISCIPLINA:

ANÁLISE DO MERCADO FINANCEIRO NACIONAL E INTERNACIONAL

RESUMO

Ao iniciarmos nosso estudo, vamos trilhar uma área do conhecimento em que a compreensão dos diversos temas que iremos abordar é de suma importância para o entendimento do todo. É importante que você, caro(a) parceiro nesta jornada, entenda fundamentalmente a necessidade de se compreender este Mercado e sua relevância dentro de um contexto macro das ações estabelecidas na condução da Política Macroeconômica do País. É a Política Econômica, por meio da Política Monetária, que dá um norte a ser seguido e tem no Mercado Financeiro o espaço adequado para implantar suas diretrizes, dada a relevância e abrangência do sistema. Em um curso de especialização em Finanças e Vendas, não entender o mercado financeiro, suas nuances, as ações de Estado e sua finalidade no processo de gestão da liquidez do mercado é não saber interpretar os cenários visando uma eficiente administração do futuro das Empresas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

POLÍTICA MONETÁRIA
POLÍTICA FISCAL
POLÍTICA CAMBIAL
POLÍTICA CREDITÍCIA E DE RENDA

AULA 2

OS AGREGADOS MONETÁRIOS NO BRASIL
MERCADO ABERTO OU OPEN MARKET
REDESCONTO, COMPULSÓRIO E A LEI Nº 14.185/2021
QUANTITATIVE EASING OU FLEXIBILIDADE QUANTITATIVA

AULA 3

ÓRGÃOS NORMATIVOS
ENTIDADES SUPERVISORAS
OPERADORES DO SFN
LEI N. 13.709 - LGPD

AULA 4

TÍTULOS PÚBLICOS FEDERAIS
O MERCADO DE AÇÕES E A [B]3
TAXA DE CÂMBIO E REGIME CAMBIAL
EXPORTAÇÕES E O BALANÇO DE PAGAMENTOS

AULA 5

POLÍTICAS DE CRÉDITO E O SPREAD BANCÁRIO
GERENCIAMENTO DE RISCO

TIPOS DE RISCOS
TIPOS DE GARANTIAS EM OPERAÇÕES DE CRÉDITO

AULA 6

BLOCOS ECONÔMICOS
CRISES GLOBAIS
O PAPEL DAS TAXAS DE JUROS
JUROS, TAXAS NOMINAIS, REAIS E ATIVOS FINANCEIROS

BIBLIOGRAFIAS

- CLETO, C. Coleção Gestão Empresarial FAE Business School. Curitiba: Editora Gazeta do Povo, 2002.

DISCIPLINA:

CRIPTOMOEDAS E O SISTEMA FINANCEIRO INTERNACIONAL

RESUMO

Nesta disciplina você conhecerá um pouco da história do Sistema Financeiro Internacional, passando pelo padrão-ouro enquanto marco no período de 1870-1914. Falaremos sobre suas principais características, bem como dos países que fizeram parte desse sistema. Entre outros assuntos, você verá como se deu o fluxo internacional de capitais entre os anos de 1870-1914, o protecionismo que marcou o cenário da Segunda Revolução Industrial e as relações comerciais que precederam a Primeira Guerra Mundial.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

FLUXO INTERNACIONAL DE CAPITAIS ENTRE 1870-1914
PERÍODO ENTREGUERRAS
GRANDE DEPRESSÃO
BRETTON WOODS

AULA 2

RECUPERAÇÃO EUROPEIA
DESINTEGRAÇÃO DO SISTEMA MONETÁRIO INTERNACIONAL DE BRETTON WOODS
CRISE DOS ANOS 1970
TRANSFORMAÇÕES E INOVAÇÕES DO CAPITALISMO NOS ANOS 1980

AULA 3

POLÍTICA CAMBIAL
O SISTEMA MONETÁRIO INTERNACIONAL: "ADMINISTRAÇÃO" COM TAXAS FLUTUANTES
O SISTEMA MONETÁRIO EUROPEU
UNIÃO ECONÔMICA E MONETÁRIA EUROPEIA

AULA 4

GLOBALIZAÇÃO E MUNDIALIZAÇÃO FINANCEIRA
DESREGULAMENTAÇÃO DO MERCADO FINANCEIRO
MERCADO FINANCEIRO PÓS-2000
INOVAÇÕES PÓS-CRISE: FINTECH, BLOCKCHAIN E CRIPTOMOEDA

AULA 5

BLOCKCHAIN E AS ORGANIZAÇÕES DESCENTRALIZADAS
SERVIÇOS FINANCEIROS E GOVERNANÇA CORPORATIVA
CROWDFUNDING
BLOCKCHAIN E AGENDA 2030

AULA 6

BITCOIN: VISÃO GERAL, OFERTA, REDE E TRANSAÇÕES
CARTEIRA DIGITAL E O PROBLEMA DA SEGURANÇA
CIRCULAÇÃO E MERCADO REGULATÓRIO PARA BITCOIN
BRASIL E A REGULAÇÃO DAS CRIPTOMOEDAS

BIBLIOGRAFIAS

- BAUMANN, R. et al. A nova economia internacional: uma perspectiva brasileira. 2. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- BAUMANN, R.; GONÇALVES, R. Economia internacional: teoria e experiência brasileira. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.
- BITCOIN: entenda o que é e como funciona a moeda digital. In: Dicionário Financeiro. Disponível em: [/www.dicionariofinanceiro.com/bitcoin/](http://www.dicionariofinanceiro.com/bitcoin/).

DISCIPLINA:

LOGÍSTICA INTERNACIONAL

RESUMO

Nesta disciplina, os principais objetivos serão: demonstrar como a globalização alterou a forma de se fazer negócios; explicar como os Estados e as empresas multinacionais se relaciona; demonstrar como as organizações internacionais intervêm no ambiente de negócios e explicar a importância da gestão intercultural no atual cenário internacional de negócios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

GLOBALIZAÇÃO E A NOVA FORMA DE SE FAZER NEGÓCIOS
EMPRESAS MULTINACIONAIS
ESTADOS COMO ATORES INTERNACIONAIS
CULTURA E GESTÃO INTERCULTURAL
ORGANIZAÇÕES INTERNACIONAIS

AULA 2

COMÉRCIO EXTERIOR E AS CORRENTES DE COMÉRCIO INTERNACIONAL
COMÉRCIO EXTERIOR E COMPETITIVIDADE
O BRASIL NO COMÉRCIO INTERNACIONAL
COMÉRCIO EXTERIOR E LOGÍSTICA
COMÉRCIO E TRANSAÇÕES INTERNACIONAIS

AULA 3

CADEIAS LOGÍSTICAS INTERNACIONAIS
SISTEMAS DE INFORMAÇÕES NA LOGÍSTICA INTERNACIONAL
LOGÍSTICA INTERNACIONAL E LEGISLAÇÃO ADUANEIRA
LEGISLAÇÃO ADUANEIRA E REGIMES ADUANEIROS
REGULAMENTAÇÃO DAS IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES

AULA 4

TRANSPORTE INTERNACIONAL
TRANSPORTE AÉREO E TERRESTRE INTERNACIONAL
REGIMES ADUANEIROS ESPECIAIS
TRANSPORTE INTERNACIONAL E A RECEITA FEDERAL BRASILEIRA
TRANSPORTE MARÍTIMO INTERNACIONAL

AULA 5

TERMOS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL
INCOTERMS E A LOGÍSTICA INTEGRADA
SISTEMAS DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO
INCOTERMS

AULA 6

OPERAÇÕES DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO
PRINCÍPIOS DO GATT
INTERMEDIÁRIOS E AGENTES DO COMÉRCIO INTERNACIONAL
A ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO
REGULAMENTAÇÃO INTERNACIONAL DO COMÉRCIO – GATT

BIBLIOGRAFIAS

- CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. Negócios internacionais: estratégia, gestão e novas realidades. São Paulo: Pearson, 2010.
- DUARTE, R. G.; TANURE, B. O impacto da diversidade cultural na gestão internacional. In: _____. (Org.). Gestão Internacional. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FERREIRA, M. P.; REIS, N. R.; SERRA, F. R. Negócios internacionais e internacionalização para as economias emergentes. Lidel: Lisboa, 2011.

DISCIPLINA:

ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

RESUMO

Neste material serão abordados os seguintes conteúdos: Conceitos e teorias dos processos e procedimentos estratégicos de internacionalização empresarial, de ensino, governamental, sociedade civil e demais instituições. Teorias de mercado. Teorias comportamentais e organizacionais. Dimensões culturais. Integração regional. Cenário mundial. Globalização. Desafios e oportunidades no processo. Responsabilidade socioambiental. Estudo de caso. principais conceitos sobre internacionalização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

AULA 2

O QUE É INTERNACIONALIZAÇÃO?
INTERNACIONALIZAÇÃO ATIVA
INTERNACIONALIZAÇÃO RECEPTIVA
DIVERSIDADE DE AGENTES EM INTERNACIONALIZAÇÃO
GLOBALIZAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

AULA 3

TEORIAS DE MERCADO
COMO O COMPORTAMENTO INTERFERE NA INTERNACIONALIZAÇÃO
DIMENSÃO CULTURAL NA INTERNACIONALIZAÇÃO
DESAFIOS E OPORTUNIDADES NA DIMENSÃO CULTURAL
INTERNACIONALIZAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS

AULA 4

EMPREENDEDORISMO E O ASSUMIR RISCOS
INTERNACIONALIZAR O PEQUENO NEGÓCIO
INTERNACIONALIZAR O MÉDIO NEGÓCIO
INTERNACIONALIZAR O GRANDE NEGÓCIO
ESTRATÉGIAS MISTAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

AULA 5

POR QUE SE INTERNACIONALIZAR NO BRASIL?
INCENTIVOS PÚBLICOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DIMENSÃO CULTURAL BRASILEIRA NA NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL
CENÁRIO REGIONAL: MERCOSUL
INTERNACIONALIZAÇÃO COMO IMPORTAÇÃO: A PRÁTICA DE DRAWBACK

AULA 6

INTERNACIONALIZAÇÃO DE SERVIÇOS
INTERNACIONALIZAÇÃO “EM CASA”: INTERNET E HOMEWORKING
INTERNACIONALIZAÇÃO DE ONGS
INTERNACIONALIZAÇÃO POR REDES: TECNOLOGIA A SEU FAVOR
PROJETO DE COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

BIBLIOGRAFIAS

- GENNARI, A.; ALBUQUERQUE, C. Globalização e reconfigurações do mercado de trabalho em Portugal e no Brasil. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 27, n. 79, p. 65-79, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v27n79/a05.pdf>.
- KHAUAJA, D. Gestão de marcas na estratégia de internacionalização de empresas: estudo com franqueadoras brasileiras. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo, Universidade de São Paulo, 2009.
- SANTANA, D. L. de; MENDES, G. A.; MARIANO, A. M. Estudo das dimensões culturais de Hofstede: análise comparativa entre Brasil, Estados Unidos e México. C@LEA Revista Cadernos de Aulas do LEA, Ilhéus, n. 3, p. 1, 13, nov. 2014.

DISCIPLINA:

ESPAÇO GEOGRÁFICO, ECONOMIA E COMÉRCIO INTERNACIONAL

RESUMO

Esta disciplina tem como objetivo estudar o espaço geográfico e as formas como o ser humano se apropria dos recursos disponíveis, de forma espontânea ou planejada, com base nos mecanismos de exploração com maior ou menor racionalidade, interferindo nas formas encontradas na natureza e se apropriando dos diferentes saberes, de forma a modificar os espaços conforme seus interesses sejam eles institucionais, culturais, econômicos ou sociais. Serão apresentadas as bases teóricas do conhecimento geográfico e os fundamentos teóricos da economia. São duas ciências distintas que se complementam na análise do sistema econômico e geográfico, o qual se intensifica na complexidade da política, do espaço, do comércio e do mundo dos negócios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA ECONOMIA
O SISTEMAS ECONÔMICOS E SOCIAIS
O ESTADO E SUA ORGANIZAÇÃO ESPACIAL
A NOVA COMPOSIÇÃO GEOGRÁFICA E A NATUREZA DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

AULA 2

DA TEORIA KEYNESIANA À HEGEMONIA DAS GRANDES CORPORAÇÕES
GLOBALIZAÇÃO E NEOLIBERALISMO – UMA NOVA ROUPAGEM DO CAPITALISMO
GLOBALIZAÇÃO E NEOLIBERALISMO – A PORTA DE ENTRADA DO GLOBAL PARA O LOCAL
A METRÓPOLE EM UM CONTEXTO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DA ECONOMIA

AULA 3

O COMÉRCIO INTERNACIONAL E AS NAÇÕES IMPERIALISTAS
DA CRIAÇÃO DA ONU ÀS CONTRIBUIÇÕES DA CEPAL PARA O DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO DA AMÉRICA LATINA
O PROCESSO DE INTEGRAÇÃO ECONÔMICO EUROPEU E SEU MERCADO COMUM
O COMÉRCIO INTERNACIONAL E A FORMAÇÃO DOS BLOCOS ECONÔMICOS –
NAFTA, ALCA E MERCOSUL

AULA 4

O ESTADO E O SISTEMA MONETÁRIO
O FMI E SUAS ESTRATÉGIAS PARA ASSEGURAR UMA GEOPOLÍTICA CAPITALISTA
AS INSTITUIÇÕES DE BRETTON WOODS E A GEOPOLÍTICA INTERNACIONAL
O BALANÇO DE PAGAMENTOS E A GEOPOLÍTICA INTERNACIONAL

AULA 5

A CADEIA DE VALOR (SUPPLY VALUE)
O CIRCUITO INFERIOR, O CIRCUITO SUPERIOR E A ECONOMIA INTERNACIONAL
A NOVA LÓGICA DE LOCALIZAÇÃO, PRODUÇÃO E ACUMULAÇÃO CAPITALISTA
A LÓGICA DA FINANCEIRIZAÇÃO GLOBALIZADA E O NEOLIBERALISMO

AULA 6

O TEOREMA DE HECKSCHER-OHLIN
O GATT E A OMC
O CONSENSO DE WASHINGTON E O SUPPLY-SIDE ECONOMICS
OS BRICS E A OCDE

BIBLIOGRAFIAS

- CARLOS, A. F. A. O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade. São Paulo: Labur, 2007.
- CASTRO, I. E. de. Geografia e política: território, escalas de ação e instituições. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- GARBOSSA, R. A.; SILVA, R. dos S. O processo de produção do espaço: impactos e desafios de uma urbanização. Curitiba: InterSaberes, 2016.

DISCIPLINA:

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

RESUMO

A proposta da presente disciplina é a de debater o papel exercido pelas empresas transnacionais no cenário internacional, apresentando as características centrais desses atores que tem ganhado cada vez mais espaço.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

DIMENSÕES DA GLOBALIZAÇÃO – ECONÔMICA, POLÍTICA E CULTURAL
HISTÓRIA DA GLOBALIZAÇÃO – HEGEMONIA E COMÉRCIO
FASES DA GLOBALIZAÇÃO
BRETTON WOODS E A EVOLUÇÃO DO CAPITALISMO

AULA 2

O REGIME FORDISTA-TAYLORISTA E O TOYOTISMO
DEFINIÇÃO DE INTERNACIONALIZAÇÃO
DEFINIÇÃO DE EMPRESAS MULTINACIONAIS E TRANSNACIONAIS
PROCESSOS E FORMAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

AULA 3

O PARADIGMA ECLÉTICO DE DUNNING
TEORIAS COMPORTAMENTALISTAS: ESCOLA DE UPPSALA
ESCOLA NÓRDICA DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS OU MODELO DE REDES
A ABORDAGEM DA EMPREENDEDORA INTERNACIONAL OU BORN GLOBALS

AULA 4

IMPACTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E CULTURAIS DAS ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS
COMO NEGOCIAR COM DIFERENTES CULTURAS – ORIENTE MÉDIO, AMÉRICA LATINA E BRASIL
COMO NEGOCIAR COM DIFERENTES CULTURAS – EUROPA OCIDENTAL, EUROPA ORIENTAL E OS NORTE-AMERICANOS
ONDE AS EMPRESAS MULTINACIONAIS INVESTEM E ONDE NÃO INVESTEM

AULA 5

RELAÇÃO ENTRE O PAÍS QUE RECEBE E O PAÍS DE ORIGEM DAS MULTINACIONAIS
MULTINACIONAIS X ESTADO-NAÇÃO: DIMINUIÇÃO DA SOBERANIA DO ESTADO?
ESTUDO DE CASO – PROTOCOLO DE CARTAGENA E AS EMPRESAS MULTINACIONAIS?
TEORIA DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS E AS EMPRESAS MULTINACIONAIS

AULA 6

ESTUDO DE CASO DA INTERNACIONALIZAÇÃO DE UMA EMPRESA DO SETOR DE TRANSPORTES: MARCOPOLO
O CASO DA JBS
O CASO DO BOTICÁRIO
APLICANDO AS TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO AOS CASOS ESTUDADOS

BIBLIOGRAFIAS

- DALLA COSTA, A. J.; SANTOS, E. R. Estratégias e negócios das empresas diante da internacionalização. Curitiba: IBPEX, 2011.
- EICHENGREEN, B. A Globalização do Capital: uma história do sistema monetário internacional. São Paulo: Editora 34, 2000.
- GRAMSCI, A. Cadernos do Cárcere. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

DISCIPLINA: **GESTÃO DE COMPLIANCE**

RESUMO

Compliance é um termo ainda novo, se comparado a outras funções similares no meio organizacional, e está presente como um meio importante que controla e infunde uma cultura de gestão de risco, em qualquer organização. Observamos, cada vez mais, o aumento das regulamentações, a complexidade dos ambientes interno e externo e o aumento da conscientização de todos os responsáveis para que percebam determinados riscos recebidos; e, com isso, aumenta também a necessidade de haver controle interno sobre os processos que impactam nos negócios em vigor nas organizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

O GERENCIAMENTO DE COMPLIANCE E SEU CONCEITO
CONDUTA CORPORATIVA
ÉTICA
CULTURA CORPORATIVA

AULA 2

O COMITÊ
COMPLIANCE OFFICE
GESTÃO DE CRISES
PRINCIPAIS ELEMENTOS

AULA 3

IDENTIFICANDO PROBLEMAS
COMPLIANCE REGULATÓRIO
PRINCIPAIS AGÊNCIAS REGULADORAS
A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DE COMPLIANCE

AULA 4

VALIDAÇÃO
O COMPLIANCE NAS CORPORAÇÕES
COMPLIANCE EM STARTUPS
IMPLEMENTAÇÃO DE COMPLIANCE

AULA 5

IMPORTÂNCIA DO PROGRAMA DE SEGURANÇA PARA AS NORMAS
ISO/IEC 27001 E A ISO/IEC 27002
DOCUMENTOS ELETRÔNICOS E O COMPLIANCE
BENEFÍCIOS DA CERTIFICAÇÃO DE COMPLIANCE

AULA 6

CONTROLES, RISCOS E CONDUTA PROFISSIONAL
RISCOS NA ORGANIZAÇÃO
COMPLIANCE E A GESTÃO DE PESSOAS
CULTURA EM COMPLIANCE E CONTROLES INTERNOS

BIBLIOGRAFIAS

- ASSI, M. Compliance: como implementar. São Paulo: Trevisan Editora, 2018.
- BLOK, M. Compliance e governança corporativa: atualizado de acordo com a Lei Anticorrupção Brasileira (Lei 12.846) e o Decreto-Lei 8.421/2015. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2017.
- ROCHA JUNIOR, F. de A. do R. M. Fraudes corporativas e programas de compliance. Curitiba: InterSaberes, 2018.

DISCIPLINA:

TEORIA DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

RESUMO

O propósito desta disciplina é apresentar aos acadêmicos as principais teorias das relações internacionais desenvolvidas durante o século XX. Antes, porém, é preciso reconhecer que esse tema não começou a ser analisado no século passado, mas sempre foi objeto de interesse de diversos estudiosos, como historiadores, militares, diplomatas e filósofos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

POR QUE ESTUDAR RELAÇÕES INTERNACIONAIS?
ANTECEDENTES TEÓRICOS DO REALISMO CLÁSSICO: NICOLAU MAQUIAVEL E THOMAS HOBBS
O REALISMO CLÁSSICO DE EDWARD CARR
O REALISMO CLÁSSICO: HANS MORGENTHAU
O REALISMO DOS ANOS 1960: A CONTRIBUIÇÃO DE RAYMOND ARON

AULA 2

ANTECEDENTES TEÓRICOS DO LIBERALISMO: MONTESQUIEU, LOCKE, SAINT PIERE E KANT

LIBERALISMO CLÁSSICO: WOODROW WILSON E A LIGA DAS NAÇÕES

O LIBERALISMO ECONÔMICO DE ADAM SMITH

AS CORRENTES CENTRAIS DO LIBERALISMO

O LIBERALISMO NO PÓS-SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

AULA 3

OS ANTECEDENTES TEÓRICOS: KARL MARX E ANTÔNIO GRAMSCI

A TEORIA DO IMPERIALISMO DE VLADIMIR I. LÊNIN (1870-1924)

AS TEORIAS DA DEPENDÊNCIA

A TEORIA DO SISTEMA MUNDO: A PERSPECTIVA DE GIOVANNI ARRIGHI

A VERTENTE NEOGRAMSCIANA DA TEORIA CRÍTICA: AS CONTRIBUIÇÕES DE ROBERT COX

AULA 4

ORIGEM DA ESCOLA INGLESA E CONTEXTO HISTÓRICO

CONCEITO DE SOCIEDADE INTERNACIONAL

REGRAS E INSTITUIÇÕES NA SOCIEDADE INTERNACIONAL

ORDEM E JUSTIÇA NA SOCIEDADE INTERNACIONAL

VISÃO DA ESCOLA INGLESA SOBRE A ONU E AS DEMAIS ORGANIZAÇÕES

INTERNACIONAIS

AULA 5

EVOLUÇÃO HISTÓRIA DA TEORIA NEOLIBERAL

PODER E INTERDEPENDÊNCIA

TIPO IDEAL DE POLÍTICA

O PROCESSO POLÍTICO DA INTERDEPENDÊNCIA

O NEOINSTITUCIONALISMO LIBERAL DE KEOHANE

AULA 6

ORIGEM E PRESSUPOSTOS CENTRAIS DO NEORREALISMO

TEORIAS SISTÊMICAS/ESTRUTURALISTAS

PRINCÍPIO ORDENADOR SISTÊMICO

FUNÇÕES DAS UNIDADES

CAPACIDADES RELATIVAS

BIBLIOGRAFIAS

- CORDEIRO, C. C. V.; CULPI, L. A. Teoria de relações internacionais: origens e desenvolvimento. Curitiba: InterSaberes, 2017.
- HERB, K. Além do bem e do mal: o poder em Maquiavel, Hobbes, Arendt e Foucault. Revista Brasileira de Ciência Política, n. 10, v. 1, 2013.
- SARFATI, G. Teorias de relações internacionais. São Paulo: Saraiva, 2005.

DISCIPLINA:

DA IDEIA AO PLANO DE NEGÓCIOS

RESUMO

Os perfis de muitas pessoas sofreram mudanças muito significativas em termos de empreendedorismo. Antigamente, a principal questão era tentar entrar no mercado de trabalho, em empresas de grande nome, conhecidas mundialmente, e que trouxessem estabilidade financeira. Já no contexto atual, a colocação desejada não envolve mais ter

registro em carteira de trabalho, e, sim, empreender. Este material procura aprofundar os principais termos do empreendedorismo, da ideia ao plano de negócios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

O EMPREENDEDOR
TIPOS DE EMPREENDEDORES
AS CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR
ENTRANDO NO MUNDO DO EMPREENDEDORISMO

AULA 2

A IDEIA SAINDO DO PAPEL
EMPREENDER COM CRIATIVIDADE
INOVAÇÃO: A CHAVE PARA O SUCESSO
PERCEBENDO OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

AULA 3

A CRIAÇÃO DE VALOR
UTILIZANDO O CANVAS PARA A CRIAÇÃO DO NEGÓCIO
CONSTRUINDO O CANVAS PARA TER UMA VISÃO MACRO DO NEGÓCIO
DO MODELO DE NEGÓCIO AO PLANO DE NEGÓCIOS

AULA 4

COMO ELABORAR O PLANO DE NEGÓCIOS
MISSÃO DA EMPRESA
VISÃO DA EMPRESA
VALORES DA EMPRESA

AULA 5

ELEMENTOS INICIAIS
SUMÁRIO EXECUTIVO
DESCRIÇÃO DA EMPRESA
ANÁLISE DE MERCADO

AULA 6

OS 4 PS DO MARKETING
PLANO OPERACIONAL
PLANO FINANCEIRO
COMO “VENDER” SEU PROJETO?

BIBLIOGRAFIAS

- DORNELAS, J. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1. ed. São Paulo: LTC, 2014.
- _____. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- SOSNOWSKI, A. S. Empreendedorismo para leigos. 1 ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

DISCIPLINA:

ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS EM MARKETPLACE

RESUMO

Como é do nosso conhecimento, é percebido em nosso dia a dia nas práticas de consumo, as lojas no formato de e-commerce têm ganhado relevância em volume de buscas, além do fato de que os indicadores de vendas vêm atingindo níveis recordes. Como consequência, a

participação em plataformas chamadas marketplace vêm se tornando estratégico, isto é, precisamos conhecer a fundo seu funcionamento, suas estratégias e suas ferramentas para que possamos obter sucesso e alcançar os resultados almejados. Provavelmente já fizemos compras em um marketplace, mas não imaginamos como é processo que denominamos BackOffice, ou seja, o conjunto de processos necessários para o pleno funcionamento das atividades de um marketplace, que possibilita a uma empresa ganhar relevância e, acima de tudo, a confiança dos consumidores para a efetivação de uma compra.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

DIFERENÇAS ENTRE O E-COMMERCE E O MARKETPLACE
VANTAGENS E DESVANTAGENS DO MARKETPLACE
VISÃO GERAL SOBRE O FUNCIONAMENTO DO MARKETPLACE
DADOS SOBRE A RELEVÂNCIA DO MARKETPLACE

AULA 2

SEGMENTAÇÃO E NICHOS DE MERCADO
CONHEÇA A PERSONA
COMO PRECIFICAR
ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

AULA 3

INTEGRAÇÃO DO PORTFÓLIO
ENTREGA: DE QUEM É A RESPONSABILIDADE?
MECANISMOS PARA RECEBER OS VALORES
COMISSÕES, TAXAS E VISÃO GERAL DO PROCESSO

AULA 4

DETERMINANTE 1: PREÇO DO PRODUTO E FRETE
DETERMINANTE 2: PRAZO DE ENTREGA
DETERMINANTE 3: AVALIAÇÃO DO LOJISTA
DETERMINANTE 4: PARCELAS E ESTOQUE DISPONÍVEL

AULA 5

FAÇA SUA PARTE E ELABORE UMA DESCRIÇÃO DO PRODUTO QUE ATRAIA OS CONSUMIDORES
FERRAMENTAS DE ANÚNCIO NA INTERNET - COMO USÁ-LAS A SEU FAVOR
VISÃO BÁSICA DE ESTRATÉGIAS DE SEO
CASE DE DESEMPENHO NO MARKETPLACE

AULA 6

MÉTRICAS DE USO
MÉTRICAS DO SEU NEGÓCIO
MÉTRICAS DE SATISFAÇÃO
FORMAS DE ACOMPANHAR AS MÉTRICAS E A IMPORTÂNCIA DA RETROALIMENTAÇÃO

BIBLIOGRAFIAS

- MANSANO, F. O crescimento dos marketplaces em 2021. E-commerce Brasil, 3 maio 2021. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/ocrescimento-dos-marketplaces-em-2021/>.
- BALTAZAR, G. A. A. Estratégia de crescimento da Worten: evolução para o marketplace. 123 p. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Gestão) – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2020.

- ANDRADE, M. C. F. de; SILVA, N. G. O comércio eletrônico (e-commerce): um estudo com consumidores. Perspectivas em Gestão & Conhecimento, v. 7, n. 1, p. 98-111, 2017.

DISCIPLINA:
GESTÃO DE NEGÓCIOS

RESUMO

Nossa conversa se inicia com uma afirmação e uma pergunta: o mundo profissional mudou; de que maneira isso pode influenciar em sua carreira? A afirmação não é novidade para ninguém e a pergunta também não causa qualquer espanto, mas você já pensou nisso? De que maneira você pode e deve estar inserido neste contexto? Como será sua carreira diante deste mundo em contante mudança? Assim como em outras áreas de trabalho, a área de comunicação também mudou, se atualizou, encontrou novos caminhos, logicamente sem deixar os tradicionais de lado. A comunicação se adequou ao modo de vida e às necessidades que temos nos dias de hoje, assim como tantas outras áreas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO – EMPRESAS E CARREIRAS
FATORES BÁSICOS DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DE CARREIRA OU DE EMPRESA
COMO ABRIR UMA EMPRESA
O MERCADO DE TRABALHO E OS NEGÓCIOS EM COMUNICAÇÃO
AS OPORTUNIDADES NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO

AULA 2

FUNDAMENTOS DO PLANO DE NEGÓCIOS
SUMÁRIO EXECUTIVO
ANÁLISE DE AMBIENTE (SWOT)
CONTRATO SOCIAL
ANÁLISE DE PERFIS

AULA 3

SER EMPREENDEDOR
RELAÇÕES INTERPESSOAIS E LIDERANÇA
COMPETÊNCIAS E GESTÃO DE CARREIRA
GESTÃO DE PESSOAS
COACHING

AULA 4

PLANO OPERACIONAL
PROCESSOS E OPERAÇÕES, PRODUTOS E SERVIÇOS
PRODUÇÃO INTERNA E FORNECEDORES
IDENTIFICANDO O DIFERENCIAL
FLUXO DA PRODUÇÃO

AULA 5

PLANO DE MARKETING
OS 4 PS
ESTRATÉGIAS
EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES
ANÁLISE DE RESULTADOS

AULA 6

EM BUSCA DA INOVAÇÃO
O USO DAS TECNOLOGIAS, P&D

OS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO
CRISE E OPORTUNIDADE
A EMPRESA DO FUTURO

BIBLIOGRAFIAS

- ANDERSON, C. A cauda longa. Tradução de Afonso Celso da Cunha. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BERNARDI, L. A. Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2008.
- KOTLER, P. Marketing 4.0. Tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. eBook.