

# **FASUL EDUCACIONAL** **(Fasul Educacional EaD)**

---

## **PÓS-GRADUAÇÃO** **ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GESTÃO** **ESTRATÉGICA**

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

---

## ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GESTÃO ESTRATÉGICA

|  |
|--|
| <b>DISCIPLINA:</b><br>FUNDAMENTOS DA GESTÃO PÚBLICA  |
| <b>RESUMO</b>  |
| Este material busca discutir de que forma o Estado, dentro de suas funções e nas diferentes concepções acerca de seu papel no mundo contemporâneo, pode promover uma gestão pública de excelência, visando contribuir para a melhoria da qualidade dos serviços públicos prestados ao cidadão. Também vamos estudar como tais políticas podem ser adotadas enquanto políticas de governança. |
| <b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>   |
| <b>AULA 1</b><br>INTRODUÇÃO<br>FORMAÇÃO DO ESTADO E DO GOVERNO<br>A FORMAÇÃO DO ESTADO BRASILEIRO<br>RELAÇÃO ENTRE ESTADO, SOCIEDADE E GOVERNO<br>ESTRUTURAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  |
| <b>AULA 2</b><br>INTRODUÇÃO<br>ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA COMPARADA<br>GESTÃO PARTICIPATIVA NO BRASIL<br>PARTICIPAÇÃO, DEMOCRACIA E CIDADANIA<br>FUNÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA   |
| <b>AULA 3</b><br>INTRODUÇÃO<br>GESTÃO PÚBLICA GERENCIAL<br>PARTICIPAÇÃO POPULAR NA GESTÃO PÚBLICA GERENCIAL<br>FORMAS DE PARTICIPAÇÃO POPULAR NA GESTÃO PÚBLICA<br>INTRODUÇÃO ÀS PRINCIPAIS LEGISLAÇÕES  |
| <b>AULA 4</b><br>INTRODUÇÃO<br>PRINCÍPIOS DO ORÇAMENTO PÚBLICO<br>LEI ORÇAMENTÁRIA E SEUS CONCEITOS<br>CONTEXTOS, DEFINIÇÕES E OBJETIVOS DO ORÇAMENTO PÚBLICO<br>FUNDAMENTOS LEGAIS E FUNCIONAMENTO DO ORÇAMENTO PÚBLICO PARTICIPATIVO   |
| <b>AULA 5</b><br>INTRODUÇÃO<br>O DIREITO À CIDADE E A GESTÃO DEMOCRÁTICA DAS CIDADES<br>GESTÃO PÚBLICA PARTICIPATIVA NO PLANO DIRETOR MUNICIPAL<br>CONSELHOS E CONFERÊNCIAS MUNICIPAIS<br>AUDIÊNCIAS PÚBLICAS  |

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
DIRETRIZES DA LEGISLAÇÃO  
CANAIS DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL PARA ANÁLISE DO SERVIÇO PÚBLICO  
PLEBISCITO, REFERENDO E INICIATIVA POPULAR  
CONCLUSÕES

**BIBLIOGRAFIAS**

- ALEXANDRINO, M.; PAULO, V. Direito administrativo descomplicado. Rio de Janeiro: Método, 2012
- ALEXY, R. Teoria de los derechos fundamentales. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2002.
- BANDEIRA DE MELLO, C. A. Curso de direito administrativo. São Paulo: Malheiros, 2008.

**DISCIPLINA:**

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA

**RESUMO**

A Administração Pública está inserida em um ambiente excessivamente complexo, em que as mudanças acontecem de maneira imprevisível e com um ritmo acelerado. Em virtude disso, a amplitude das diversidades de fatores internos e externos influencia o desempenho organizacional. Neste contexto, a Administração Pública deve estar sempre inovando e apresentando as boas práticas no gerenciamento da coisa pública.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
ESTADO, GOVERNO E NAÇÃO  
POLÍTICAS PÚBLICAS  
SERVIÇOS PÚBLICOS  
FALHAS DE GOVERNO

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
MODELO BUROCRÁTICO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  
MODELO GERENCIAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  
PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE OS MODELOS BUROCRÁTICO E GERENCIAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  
NOVA GESTÃO PÚBLICA NAS REFORMAS SOCIAL-DEMOCRÁTICA E SOCIAL-LIBERAL

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
VALORES UNIVERSAIS  
ÉTICA E CIDADANIA NA GESTÃO PÚBLICA  
TRANSPARÊNCIA NO SETOR PÚBLICO E A LEI Nº 12.527/2011  
A ÉTICA E OS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS

**AULA 4**

**INTRODUÇÃO**

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA ORIENTADA PARA A GESTÃO POR RESULTADOS  
GOVERNABILIDADE, GOVERNANÇA E ACCOUNTABILITY  
O PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  
EXCELÊNCIA EM GESTÃO PÚBLICA

**AULA 5**

**INTRODUÇÃO**

ESTRUTURAÇÃO DO CUSTOMER SUCCESS  
OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)  
PAPEL DO PARLAMENTO NA EFICÁCIA DO DESENVOLVIMENTO E NOS OBJETIVOS  
DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL  
ORÇAMENTO PARA IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS PARA O  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

**AULA 6**

**INTRODUÇÃO**

ODS 1 E ODS 5

ODS 9 E ODS 10

MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO E PARCERIA GLOBAL  
ESTRATÉGIAS PARA INCORPORAR A AGENDA 2030 NO BRASIL

**BIBLIOGRAFIAS**

- BRUDEKI, N. M.; BERNARDI, J. Gestão de serviços públicos. Curitiba: InterSaberes, 2013.
- BUGARIM, M. C. C. et al. Gestão pública responsável. Curitiba: Juruá, 2011.
- CASTRO, A. C.; CASTRO C. O. Gestão pública contemporânea. Curitiba: InterSaberes, 2014.

**DISCIPLINA:**

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO EM PROJETOS

**RESUMO**

Compreender o sucesso de um projeto requer uma análise criteriosa e, fundamentalmente, o cumprimento de determinadas metas dispostas em diferentes áreas do gerenciamento. Assim, escopo, tempo, custo e qualidade, com seus objetivos bastante tangíveis, demandam grande atenção da equipe envolvida. Contudo, para que seja possível concluir de forma satisfatória um projeto, ou até mesmo uma fase dele, é primordial cuidar da comunicação, uma aliada poderosa, muito por conta de sua utilização associada a todas as áreas de gerenciamento de um projeto.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

**INTRODUÇÃO**

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL  
O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO  
BARREIRAS DE COMUNICAÇÃO

GERÊNCIA DE PROJETOS SUPERANDO AS BARREIRAS DA COMUNICAÇÃO

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
GERÊNCIA DE PROJETOS E CENTRALIZAÇÃO E A DESCENTRALIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES  
CANAIS DE COMUNICAÇÃO EM PROJETOS  
GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÃO COM AS PARTES INTERESSADAS  
MUDANÇAS E SEU IMPACTO NA COMUNICAÇÃO

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE – PMI  
PROJECT MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE – PMBOK  
GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÃO NO PMBOK  
FASES DOS PROJETOS E OS PROCESSOS DE GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÃO

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
DOCUMENTOS PARA A CRIAÇÃO DE UM GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÕES ADEQUADO  
FERRAMENTAS E TÉCNICAS PARA A CRIAÇÃO DE UM PLANO DE GERENCIAMENTO DAS COMUNICAÇÕES  
OUTRAS FERRAMENTAS E TÉCNICAS PARA A CONSTRUÇÃO DO PLANO DE GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÕES  
FINALIZAÇÃO DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO DAS COMUNICAÇÕES

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
FERRAMENTAS E TÉCNICAS PARA O PROCESSO DE GERENCIAMENTO DAS COMUNICAÇÕES  
OUTRAS FERRAMENTAS E TÉCNICAS PARA O GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÕES  
ÚLTIMAS FERRAMENTAS E TÉCNICAS PARA A REALIZAÇÃO DO PROCESSO DE GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÕES  
FINALIZAÇÃO DO PROCESSO DE GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÕES EM PROJETOS

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA O PROCESSO MONITORAR AS COMUNICAÇÕES  
FERRAMENTAS E TÉCNICAS PARA O MONITORAMENTO DAS COMUNICAÇÕES  
FINALIZAÇÃO DO PROCESSO MONITORAR AS COMUNICAÇÕES EM PROJETOS  
FINALIZAÇÃO DO PROCESSO DE GERENCIAMENTO DA COMUNICAÇÃO EM PROJETOS

**BIBLIOGRAFIAS**

- BUENO, W. C. Comunicação empresarial: teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2003.

- CHAVES, L. E. et al. Gerenciamento da comunicação em projetos. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2010.
- DAVENPORT, T. H. Ecologia da informação. São Paulo: Futura, 2001.

**DISCIPLINA:**  
ESTRATÉGIA DE MARKETING

**RESUMO**

Você deve estar se perguntando se as estratégias são muito diferentes das aplicadas há alguns anos? Embora muitas ações de marketing tenham sido alteradas ao longo do tempo, alguns princípios básicos da estratégia de marketing se mantêm, sofrendo pequenas alterações. Vamos desvendá-las juntos? O valor é um dos principais temas de estudo do marketing. Segundo a Associação Americana de Marketing, principal instituição de estudos na área: O marketing é a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que têm valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral. A definição da função de marketing apresentada reforça que a área só cumpre seus objetivos quando o que é ofertado tem valor para seus stakeholders, os quais são pessoas ou empresas com interesses no resultado ou operações da empresa. Nesta disciplina, focaremos no valor para um stakeholder específico: o cliente.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
DEFINIÇÃO DE VALOR E SUAS CONCEPÇÕES  
O VALOR EM NEGÓCIOS E PRODUTOS DIGITAIS  
ANÁLISE SWOT  
ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DE PORTER

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA DE MARKETING  
USO DE DASHBOARDS COMO APOIO À DECISÃO  
INDICADORES DE DESEMPENHO  
CONCORRENTES NA ERA DIGITAL

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
ESTRATÉGIAS DE BRANDING  
POSICIONAMENTO DE MARCA NA ERA DIGITAL  
IMPACTOS DA ESCOLHA DE PARCEIROS  
BRANDING EM PEQUENOS NEGÓCIOS E STARTUPS

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
RELAÇÃO ENTRE PRODUTOS E MARCAS  
O PAPEL DOS SERVIÇOS NA ERA DIGITAL  
ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO  
TENDÊNCIAS DE PRECIFICAÇÃO

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
DECISÕES DE GERENCIAMENTO DE CANAIS  
CONFLITOS DE CANAIS  
AS ESTRATÉGIAS MULTICHANNEL E OMNICHANNEL  
SHOWROOMING E WEBROOMING

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING  
MIX DE COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL  
MÉTRICAS DE DESEMPENHO DE COMUNICAÇÃO  
TENDÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL

**BIBLIOGRAFIAS**

- BROWN, T. Design Thinking – Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.
- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- WATSON, J.; GHOSH, A. P.; TRUSOV, M. Swayed by the numbers: The consequences of displaying product review attributes. Journal of Marketing, v. 82, n. 6, 2018, p. 109–131.

**DISCIPLINA:**

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA ESTRATÉGICA - PLANEJAMENTO, FERRAMENTAS E IMPLANTAÇÃO

**RESUMO**

Planejamento é fundamental para qualquer atividade, seja ela pessoal ou organizacional. Começamos nosso dia planejando as atividades que precisamos executar, para podermos organizar nossa agenda e não perdermos nossos compromissos. Esse simples planejamento inclui determinar quais as atividades que temos para realizar naquele dia, ajustar os tempos para a realização de cada tarefa (incluindo as que não são nosso foco – como pegar ônibus, ou calcular o tempo que perdemos parados no trânsito). Temos também que pensar quais são as prioridades, definir previamente se precisamos levar algum item para atividades diferenciadas (por exemplo: para a faculdade, precisamos levar o material de estudo; para a academia temos que levar a roupa de ginástica etc.), e ainda os custos: quanto preciso levar para transporte, alimentação, entre outros.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
MISSÃO  
VISÃO  
VALORES  
OBJETIVOS

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
PLANO DE AÇÃO – 5W2H  
MATRIZ GUT

PLANEJAMENTO POR CENÁRIOS  
MODELO DAS CINCO FORÇAS DE PORTER

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
MATRIZ BCG  
MATRIZ GE-MCKINSEY  
CANVAS  
BALANCED SCORECARD (BSC)

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
CONTROLE E VERIFICAÇÃO  
EFETIVIDADE DO PLANEJAMENTO  
VANTAGENS DE SE CONSTRUIR UM BOM PLANEJAMENTO  
LIMITAÇÕES DO PLANEJAMENTO

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
PLANEJAMENTO PÚBLICO NO BRASIL  
PLANO PLURIANUAL  
LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS  
MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
ESTABELECIMENTO DE OBJETIVOS NO PLANEJAMENTO PÚBLICO  
O PERFIL DO GESTOR PÚBLICO PARA O PLANEJAMENTO  
BENEFÍCIOS DO PLANEJAMENTO NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  
DIFICULDADES DO PLANEJAMENTO NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

**BIBLIOGRAFIAS**

- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- HILL, C. W. L.; JONES, G. Strategic Management: An Integrated Approach. Boston: Cengage Learning, 2012.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

**DISCIPLINA:**

ASSESSORIA EXECUTIVA

**RESUMO**

Nesta disciplina abordaremos as principais funções que envolvem a assessoria, fazendo uma analogia com as funções que embasam o processo gerencial: planejar, organizar, dirigir e controlar.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
PLANEJAR  
ORGANIZAR  
DIRIGIR  
CONTROLAR

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
ÁREA DE ATUAÇÃO: PÚBLICO E PRIVADO  
ÁREA DE ATUAÇÃO: RAMOS  
CONSULTORIA  
NOVOS NICHOS

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
GESTÃO DA INFORMAÇÃO  
GESTÃO DO TEMPO  
GESTÃO DE RECURSOS  
GESTÃO DE PESSOAS

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
VALORES  
CRENÇAS  
INTELIGÊNCIA EMOCIONAL  
INTELIGÊNCIA ESPIRITUAL

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
COMUNICAÇÃO VERBAL E NÃO VERBAL  
COMUNICAÇÃO NÃO VIOLENTA  
RAPPORT  
EMPATIA

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
O QUE SÃO OS SISTEMAS REPRESENTACIONAIS  
SISTEMA REPRESENTACIONAIS  
LINGUAGENS DO AMOR  
TESTE AS CINCO LINGUAGENS DO AMOR

**BIBLIOGRAFIAS**

- ASSESSORIA. Dicio. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/assessoria/>. Acesso em: 20 mar. 2019.
- CHIAVENATO, I. Administração nos novos tempos: os novos horizontes em administração. 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.
- LACOMBE, F. J. M. Teoria geral da administração. São Paulo: Saraiva, 2009.

|  |
|--|
| <b>DISCIPLINA:</b><br>CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL  |
| <b>RESUMO</b>  |
| A contabilidade, na qualidade de ciência social aplicada, possui aspectos como qualquer outra ciência: um objeto de estudo, um objetivo e campos de aplicação. O objeto da ciência contábil, em seu sentido amplo, é o patrimônio constituído por bens, direitos e obrigações vinculados a uma entidade. Assim como ocorre em outras ciências, a contabilidade possui ramificações, seja para fins acadêmicos, seja para profissionais. Por ser a contabilidade governamental uma dessas ramificações da ciência contábil, não poderia ter um objeto diferente da ciência que a origina. |
| <b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>   |
| <b>AULA 1</b><br>INTRODUÇÃO<br>ENTIDADES A QUE SE DESTINA A CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL<br>LEIS E REGULAMENTOS APLICADOS À CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL<br>CONVERGÊNCIA AOS PADRÕES INTERNACIONAIS<br>ESTRUTURA CONCEITUAL APLICADA À CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL (NBC TSP)   |
| <b>AULA 2</b><br>INTRODUÇÃO<br>REGIMES CONTÁBEIS APLICADOS À CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL<br>CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS<br>ELEMENTOS DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS<br>CRITÉRIOS PARA RECONHECIMENTO   |
| <b>AULA 3</b><br>INTRODUÇÃO<br>INSTRUMENTOS PARA PLANEJAMENTO PÚBLICO<br>RECEITA PÚBLICA<br>DESPESA PÚBLICA<br>ILUSTRAÇÃO – ETAPAS DA RECEITA E DA DESPESA ORÇAMENTÁRIA  |
| <b>AULA 4</b><br>INTRODUÇÃO<br>ESTRUTURA DO PCASP<br>NATUREZA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL<br>LANÇAMENTOS E REGRAS DE INTEGRIDADE<br>SISTEMA INTEGRADO DE ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA DO GOVERNO FEDERAL (SIAFI)  |
| <b>AULA 5</b><br>INTRODUÇÃO<br>COMPONENTES DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS   |

BALANÇO PATRIMONIAL  
DEMONSTRAÇÃO DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS  
DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES NO PATRIMÔNIO LÍQUIDO

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
BALANÇO ORÇAMENTÁRIO  
BALANÇO FINANCEIRO E CONSOLIDAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS  
NOTAS EXPLICATIVAS  
CONSIDERAÇÕES FINAIS

**BIBLIOGRAFIAS**

- COELHO, C. U.; LINS, L. dos S. Teoria da contabilidade: abordagem contextual histórica e gerencial. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- FEIJÓ, P. H. Entendendo as mudanças na contabilidade aplicada ao setor público. Brasília: Editora Gestão Pública, 2013.
- NASCIMENTO, E. R.; DEBUS, I. Entendendo a Lei de Responsabilidade Fiscal: LC 101 de 4 de maio de 2000. Revista Jurídica da Presidência, v. 3, n. 24, 2001.

**DISCIPLINA:**

ÉTICA, GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA

**RESUMO**

Este material objetiva refletir sobre alguns dos conceitos necessários para a vivência em sociedade – a vida na pólis –, destacamos os de ética, moral e moralidade para que, ao compreender suas funções e distinções conceituais, possamos pensar de modo mais aprofundado sobre sua importância na vida cotidiana dos sujeitos e das sociedades.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
CONCEITOS DE ÉTICA  
CONCEITOS DE MORAL  
CONCEITOS DE MORALIDADE  
CONCEITOS, DISTINÇÕES E IMPLICAÇÕES ENTRE ÉTICA E POLÍTICA NA SOCIEDADE

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
O PROGRESSO MORAL  
CARÁTER HISTÓRICO DA MORAL  
O PROGRESSO MORAL E O PROGRESSO HISTÓRICO SOCIAL –  
CARACTERÍSTICAS E DESENVOLVIMENTO  
PROGRESSO MORAL E PROGRESSO HISTÓRICO-SOCIAL: EM FACE DA  
SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E DA VIDA NA PÓLIS

**AULA 3**

**INTRODUÇÃO**

RELAÇÕES ENTRE GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO

ORIGENS DO CONCEITO DE GESTÃO PÚBLICA

NOVAS MODALIDADES DE GESTÃO: PRÁTICAS INOVADORAS NA GESTÃO PÚBLICA

FUNDAMENTOS DA GESTÃO PÚBLICA

**AULA 4**

**INTRODUÇÃO**

A EXCELÊNCIA E A EFICIÊNCIA: IMPRESCINDÍVEIS À TRANSPARÊNCIA NA GOVERNANÇA PÚBLICA

A ÉTICA E OS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS: O PRINCÍPIO DA EFICIÊNCIA E SUAS DECORRÊNCIAS

OS PRINCÍPIOS INFRACONSTITUCIONAIS E A TRANSPARÊNCIA NA GESTÃO PÚBLICA

O IMPACTO DA ÉTICA E AS NOVAS FORMAS DE GOVERNANÇA E SUSTENTABILIDADE GLOBAL NO CONTEMPORÂNEO

**AULA 5**

**INTRODUÇÃO**

A VIVÊNCIA DO PRINCÍPIO DA MORALIDADE PÚBLICA

A LEGALIDADE, A VERACIDADE E A TRANSPARÊNCIA COMO CONSTITUTIVOS DA ÉTICA NA VIDA PÚBLICA

A LEI N. 12.527/2011 E O ACESSO A INFORMAÇÕES E SEUS ASPECTOS ÉTICOS-MORAIS

A QUESTÃO DA TRANSPARÊNCIA E DA ETICIDADE NA GESTÃO PÚBLICA E O PROGRAMA BRASIL TRANSPARENTE

**AULA 6**

**INTRODUÇÃO**

FATORES ESSENCIAIS ÀS NOVAS PRÁTICAS DE GESTÃO PÚBLICA

O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA E SUAS IMPLICAÇÕES NA GESTÃO PÚBLICA E A LEI N. 12.527/2011

A NOVA CONCEPÇÃO DA GESTÃO PÚBLICA E AS PRÁTICAS DA COMPLIANCE

TRANSPARÊNCIA, COMPLIANCE, RESPONSABILIDADE SOCIAL E ALGUMAS COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS AO GESTOR PÚBLICO

**BIBLIOGRAFIAS**

- BAUMANN, Z. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- MORIN, E. O método 6: a ética da Ética. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- SANTOS, B. de S. Um discurso sobre as ciências. São Paulo: Cortez, 2006.

**DISCIPLINA:**

GESTÃO ESTRATÉGICA DA INOVAÇÃO

## RESUMO

Com o passar dos anos, as empresas estão cada vez mais competitivas. Isso se deve, muitas vezes, às transformações que ocorrem no ambiente mercadológico. No intuito de superar essas transformações e gerar vantagem competitiva, as práticas de inovação são imprescindíveis, uma vez que é por intermédio de atitudes inovadoras que as empresas são capazes de expandir, reestruturar e aprimorar as ações nos mais variados tipos de organizações. Nas empresas e indústrias, por exemplo, o ato de inovar permite que determinado negócio seja reinventado, tornando-o mais adequado para o consumidor final e, conseqüentemente, mais competitivo.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### AULA 1

INTRODUÇÃO

TIPOS DE INOVAÇÃO - OBJETO FOCAL DA INOVAÇÃO

TIPOS DE INOVAÇÃO - IMPACTO DA INOVAÇÃO

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

POR QUE INOVAR?

### AULA 2

INTRODUÇÃO

A RELAÇÃO ENTRE GESTÃO DA INOVAÇÃO E ÁREAS ORGANIZACIONAIS:  
INOVAÇÃO E MARKETING

A RELAÇÃO ENTRE GESTÃO DA INOVAÇÃO E ÁREAS ORGANIZACIONAIS:  
INOVAÇÃO E GESTÃO DA QUALIDADE

A RELAÇÃO ENTRE GESTÃO DA INOVAÇÃO E ÁREAS ORGANIZACIONAIS:  
INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

### AULA 3

INTRODUÇÃO

GESTÃO DO CONHECIMENTO PARA A INOVAÇÃO

CONHECIMENTO E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

GESTÃO DE FONTES EXTERNAS DE INFORMAÇÃO PARA INOVAÇÃO

AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO INOVADOR

### AULA 4

INTRODUÇÃO

PROGRESSO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO NO BRASIL

OS ASPECTOS LEGAIS DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

CONSTRUÇÃO DE AMBIENTES PARA A INOVAÇÃO

ESTÍMULO À INOVAÇÃO NAS EMPRESAS

### AULA 5

INTRODUÇÃO

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E AVANÇO CIENTÍFICO

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E SUSTENTABILIDADE

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO APLICADA À GESTÃO DA  
INOVAÇÃO

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO, BANCOS DE DADOS, INTERNET E  
TELECOMUNICAÇÕES

**AULA 6**

INTRODUÇÃO

CONCEITOS DE CAPACIDADES DINÂMICAS E SUAS ABORDAGENS

RECURSOS EMPRESARIAIS NECESSÁRIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE  
CAPACIDADES DINÂMICAS

MODELO DE NEGÓCIOS

INOVAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

**BIBLIOGRAFIAS**

- ANDREASSI, T. Gestão da inovação tecnológica. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- CANONGIA, C. et al. Foresight, inteligência competitiva e gestão do conhecimento: instrumentos para a gestão da inovação. Gestão & Produção, vol. 11, n. 2, 2004.
- FIGUEIREDO, P. N. Gestão da inovação: conceitos, métricas e experiências de empresas no Brasil. São Paulo: Livros Técnicos e Científicos, 2009.

**DISCIPLINA:**

PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO TRIBUTÁRIA

**RESUMO**

Esta disciplina abrange o estudo sobre planejamento tributário, no qual são utilizadas as normas legais e os conhecimentos contábeis como base para o estudo. Ela visa a proporcionar um contato mais aprofundado com a legislação vigente e demonstrar como a contabilidade pode ser uma ferramenta para o benefício da sociedade. Competências: Entender como funciona o Planejamento Tributário; Habilidades: Conhecer a base teórica e aplicá-la na elaboração do planejamento.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

TEMA 01: COMO FAZER O PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

TEMA 02: ELISÃO FISCAL VERSUS EVASÃO FISCAL; TIPOS DE ELISÃO, ABUSO DE  
FORMA

TEMA 03: ESTADO VERSUS CONTRIBUINTE

TEMA 04: O DIREITO DO CONTRIBUINTE DE PAGAR SOMENTE O TRIBUTOS DEVIDO

TEMA 05: FINALIDADE DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO; PLANEJAMENTO

TRIBUTÁRIO COMO OBRIGAÇÃO

NA PRÁTICA

FINALIZANDO

**AULA 2**

TEMA 01: A CONTABILIDADE COMO BASE DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

TEMA 02: INTERPRETAÇÃO DA LC Nº 104/2001

TEMA 03: ABUSOS DA RECEITA FEDERAL

TEMA 04: COMO FAZER O PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

TEMA 05: FORMAS DE SONEGAÇÃO FISCAL

NA PRÁTICA

FINALIZANDO

### **AULA 3**

TEMA 01: REGIMES DE TRIBUTAÇÃO: CONCEITOS BÁSICOS

TEMA 02: LUCRO REAL: TÓPICOS ELEMENTARES

TEMA 03: LUCRO PRESUMIDO: TÓPICOS ELEMENTARES

TEMA 04: LUCRO ARBITRADO: TÓPICOS ELEMENTARES

TEMA 05: SIMPLES: TÓPICOS ELEMENTARES

NA PRÁTICA

FINALIZANDO

### **AULA 4**

TEMA 01: CISÃO, FUSÃO E INCORPORAÇÃO

TEMA 02: COMPENSAÇÃO DE PREJUÍZOS

TEMA 03: INCORPORAÇÃO E ABSORÇÃO DE PREJUÍZOS PELA INCORPORADORA

TEMA 04: CISÃO SEM APURAÇÃO DE GANHO DE CAPITAL

TEMA 05: PARTICIPAÇÃO EXTINTA EM CISÃO, FUSÃO E INCORPORAÇÃO

NA PRÁTICA

FINALIZANDO

### **AULA 5**

TEMA 01: TÓPICOS ESPECÍFICOS DE PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: OPERAÇÕES DE VENDAS NA INTERNET

TEMA 02: NEUTRALIDADE FISCAL

TEMA 03: BRINDES OU BONIFICAÇÕES DE MERCADORIAS

TEMA 04: GASTOS COM FORMAÇÃO PROFISSIONAL

TEMA 05: POSTERGAÇÃO DE FATURAMENTO

NA PRÁTICA

FINALIZANDO

### **AULA 6**

TEMA 1 – RENDIMENTOS DOS SÓCIOS E SUA TRIBUTAÇÃO

TEMA 2 – JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO

TEMA 3 – GANHOS DE CAPITAL

TEMA 4 – PREVIDÊNCIA PRIVADA

TEMA 5 – LIVRO CAIXA

NA PRÁTICA

FINALIZANDO

### **BIBLIOGRAFIAS**

- ALVES, V. Planejamento tributário (elisão fiscal). Jusbrasil, 2014. Disponível em: <https://valdivinodesousa.jusbrasil.com.br/artigos/121944135/planejamento-tributario-elisao-fiscal>. Acesso em: 03 mar. 2017.
- BANDEIRA DO Ó, Maria da C. Diferenças entre imunidade, isenção e não incidência tributária. Conteúdo jurídico, 2016. Disponível em: <http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,diferencas-entre-imunidade-isencao-e-nao-incidencia-tributaria,56460.html>. Acesso em: 03 mar. 2017.
- BORGES, H. B. Gerência de impostos: IPI, ICMS e ISS. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

|  |
|--|
| <b>DISCIPLINA:</b><br>GESTÃO DE FINANÇAS PÚBLICAS  |
| <b>RESUMO</b>  |
| Caro aluno, nesta disciplina vamos apresentar assuntos interessantes que impactam a nossa vida. Você é nosso convidado para refletir sobre temas que dizem respeito à gestão das finanças públicas. Vamos lá? Começamos com uma pergunta: quando começa a nossa relação com o setor público? Bem, o setor público está associado à prestação de serviços pelo Estado, aos cidadãos de um país. Desde o momento em que acordamos, nos relacionamos com diversos serviços prestados pelo Estado, de forma direta ou indireta: ao acordar, ligamos o interruptor para iluminar a casa, vamos tomar banho, escovar os dentes, fazer e tomar café da manhã e nos preparamos para sair (para o trabalho ou para os estudos). Depois, pegamos o transporte público ou nosso veículo próprio e chegamos ao nosso destino matinal. Consegue perceber quando começa a nossa relação com o setor público? |
| <b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>   |
| <b>AULA 1</b><br>TEMA 1 – ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E PRINCÍPIOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA<br>TEMA 2 – FINANÇAS PÚBLICAS: DEFINIÇÃO E TEORIA<br>TEMA 3 – ESPÉCIES DE ORÇAMENTOS<br>TEMA 4 – FUNÇÕES DO GOVERNO<br>TEMA 5 – FONTE NORMATIVA DO DIREITO FINANCEIRO BRASILEIRO<br>NA PRÁTICA<br>FINALIZANDO  |
| <b>AULA 2</b><br>TEMA 1 - NATUREZA JURÍDICA DO ORÇAMENTO BRASILEIRO<br>TEMA 2 - CICLO ORÇAMENTÁRIO<br>TEMA 3 - PLANO PLURIANUAL (PPA)<br>TEMA 4 - LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS (LDO)<br>TEMA 5 - LEI ORÇAMENTÁRIA ANUAL (LOA)<br>NA PRÁTICA<br>FINALIZANDO  |
| <b>AULA 3</b><br>TEMA 1 - PRINCÍPIOS ORÇAMENTÁRIOS EXPLÍCITOS NA LEI N. 4.320/1964<br>TEMA 2 - PRINCÍPIO DO ORÇAMENTO BRUTO E DA DISCRIMINAÇÃO<br>TEMA 3 - PRINCÍPIO DA EXCLUSIVIDADE<br>TEMA 4 - PRINCÍPIO DA NÃO AFETAÇÃO DAS DESPESAS<br>TEMA 5 - OUTROS PRINCÍPIOS ORÇAMENTÁRIOS<br>NA PRÁTICA<br>FINALIZANDO  |
| <b>AULA 4</b><br>TEMA 1 - HISTÓRICO E OBJETIVOS DA LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL (INFLUÊNCIAS INTERNAS E EXTERNAS E IMPLANTAÇÃO DA LEI)<br>TEMA 2 - PRINCÍPIOS DA LRF<br>TEMA 3 - LICITAÇÕES PÚBLICAS CONCEITOS, OBRIGATORIEDADE<br>TEMA 4 - MODALIDADES DE LICITAÇÕES PÚBLICAS   |

TEMA 5 - LICITAÇÃO DISPENSADA E LICITAÇÃO DISPENSÁVEL  
NA PRÁTICA  
FINALIZANDO

**AULA 5**

TEMA 1 - CRIMES DE RESPONSABILIDADE E CRIMES CONTRA AS FINANÇAS PÚBLICAS

TEMA 2 - GOVERNANÇA NO SETOR PÚBLICO

TEMA 3 - GESTÃO DE RISCOS

TEMA 4 - COMPLIANCE (PROGRAMA DE INTEGRIDADE DO GOVERNO FEDERAL)

TEMA 5 - PERSPECTIVAS FUTURAS NA ÁREA DE CONTROLE (INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, BIG DATA, INTERNET DAS COISAS ETC.)

NA PRÁTICA

FINALIZANDO

**AULA 6**

TEMA 1 - AUDITORIA GOVERNAMENTAL (FINALIDADE, OBJETIVOS E ABRANGÊNCIA): NBASP 100 – CORRESPONDENTE À ISSAI 100

TEMA 2 - AUDITORIA GOVERNAMENTAL: NBASP NÍVEIS 1, 2 E 3

TEMA 3 - NBASP 3000 – NORMA PARA AUDITORIA OPERACIONAL; NBASP 300 – ISSAI 300

TEMA 4 - NBASP 4000 – NORMA PARA AUDITORIA DE CONFORMIDADE

TEMA 5 - NBASP 200 – ISSAI 200 - PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS PARA UMA AUDITORIA DE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

NA PRÁTICA

FINALIZANDO

**BIBLIOGRAFIAS**

- BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. Dicionário de política. 2. ed. Brasília: UNB, 1986.
- BRAGA, R.; CARVALHO, J. Lei n. 8.112/90 Esquematizada. 3. ed. Rio de Janeiro: Ferreira, 2009. (Série Concursos).
- BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria do Tesouro Nacional – STN. Glossário de Termos. Disponível em: <https://www.tesourotransparente.gov.br/sobre/glossario-do-tesouro-nacional>. Acesso em: 22 dez. 2020.

**DISCIPLINA:**

MARKETING DE RELACIONAMENTO E INTERAÇÃO

**RESUMO**

Nesta disciplina veremos que o marketing de relacionamento pode ser entendido como um conjunto de estratégias adotadas pelas empresas para incentivar, influenciar, conquistar e reter consumidores. Desenvolvido inicialmente pelo professor Evert Gummesson (2005), o conceito de marketing de relacionamento é entendido como a tarefa de criar forte lealdade dos consumidores a uma determinada marca. De acordo com Gummesson (2005, p. 23), o marketing de relacionamento é o marketing baseado em interações, em uma rede de relacionamento.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
OS PILARES DO MARKETING DE RELACIONAMENTO  
OS COMPONENTES DO MARKETING DE RELACIONAMENTO  
O MARKETING DE RELACIONAMENTO NA PRÁTICA  
FERRAMENTA PARA CRM

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
DESENVOLVENDO A CONEXÃO COM OS CLIENTES  
DEFININDO O PÚBLICO-ALVO  
O CICLO DO RELACIONAMENTO ENTRE EMPRESA E CLIENTE  
O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO MARKETING DE RELACIONAMENTO

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES  
RETER: MAIS VANTAJOSO QUE CONQUISTAR  
SATISFAÇA, EXPERIMENTE, ENGAJE: O FATOR UAU!  
O JEITO DISNEY DE SE RELACIONAR COM O CLIENTE

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
O CLIENTE ON-LINE  
O MARKETING DE RELACIONAMENTO ON-LINE  
CICLO DE ENVOLVIMENTO DO CLIENTE  
RELACIONAMENTOS VIRTUAIS

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
AS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO MARKETING DE RELACIONAMENTO ONLINE  
CUSTOMER SUCCESS (CS): GERENCIANDO O SUCESSO DO CLIENTE  
CRM SOCIAL (SOCIAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)  
AUTOMATIZE A INTERAÇÃO COM OS CLIENTES COM CHATBOT

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
MARKETING NA ERA DOS DADOS: ENTENDENDO O COMPORTAMENTO DO  
CONSUMIDOR  
PERFIS IDEAIS DE CLIENTES: BUYER PERSONA  
SOCIAL LISTENING  
INFLUÊNCIA DIGITAL

**BIBLIOGRAFIAS**

- BORBA, V. R. Marketing de relacionamento para organizações de saúde. São Paulo: Atlas, 2004.
- CASES de sucesso SMark CRM: 3 empresas que conseguiram ótimos resultados. SMark CRM, 20 dez. 2019. Disponível em:

<https://www.smark.com.br/blog/cases-de-sucesso-em-crm/>. Acesso em: 27 set. 2021.

- COBRA, M. Administração de marketing no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

