

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GESTÃO ESTRATÉGICA

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GESTÃO ESTRATÉGICA

DISCIPLINA: FUNDAMENTOS DA GESTÃO PÚBLICA
RESUMO
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.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 FORMAÇÃO DO ESTADO E DO GOVERNO A FORMAÇÃO DO ESTADO BRASILEIRO RELAÇÃO ENTRE ESTADO, SOCIEDADE E GOVERNO ESTRUTURAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
AULA 2 ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA COMPARADA GESTÃO PARTICIPATIVA NO BRASIL PARTICIPAÇÃO, DEMOCRACIA E CIDADANIA FUNÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
AULA 3 GESTÃO PÚBLICA GERENCIAL PARTICIPAÇÃO POPULAR NA GESTÃO PÚBLICA GERENCIAL FORMAS DE PARTICIPAÇÃO POPULAR NA GESTÃO PÚBLICA INTRODUÇÃO ÀS PRINCIPAIS LEGISLAÇÕES
AULA 4 PRINCÍPIOS DO ORÇAMENTO PÚBLICO LEI ORÇAMENTÁRIA E SEUS CONCEITOS CONTEXTOS, DEFINIÇÕES E OBJETIVOS DO ORÇAMENTO PÚBLICO FUNDAMENTOS LEGAIS E FUNCIONAMENTO DO ORÇAMENTO PÚBLICO PARTICIPATIVO
AULA 5 O DIREITO À CIDADE E A GESTÃO DEMOCRÁTICA DAS CIDADES GESTÃO PÚBLICA PARTICIPATIVA NO PLANO DIRETOR MUNICIPAL CONSELHOS E CONFERÊNCIAS MUNICIPAIS AUDIÊNCIAS PÚBLICAS
AULA 6 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 ESTADO, GOVERNO E NAÇÃO POLÍTICAS PÚBLICAS SERVIÇOS PÚBLICOS FALHAS DE GOVERNO
AULA 2 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 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 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 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

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

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

BARREIRAS DE COMUNICAÇÃO

GERÊNCIA DE PROJETOS SUPERANDO AS BARREIRAS DA COMUNICAÇÃO

AULA 2

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

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

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

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

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

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

AULA 2

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

AULA 3

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

AULA 4

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

AULA 5

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

AULA 6

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 à 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 MISSÃO VISÃO VALORES OBJETIVOS
AULA 2 PLANO DE AÇÃO – 5W2H MATRIZ GUT PLANEJAMENTO POR CENÁRIOS MODELO DAS CINCO FORÇAS DE PORTER
AULA 3 MATRIZ BCG MATRIZ GE-MCKINSEY CANVAS BALANCED SCORECARD (BSC)
AULA 4 CONTROLE E VERIFICAÇÃO EFETIVIDADE DO PLANEJAMENTO VANTAGENS DE SE CONSTRUIR UM BOM PLANEJAMENTO LIMITAÇÕES DO PLANEJAMENTO
AULA 5 PLANEJAMENTO PÚBLICO NO BRASIL PLANO PLURIANUAL LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO
AULA 6 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

PLANEJAR
ORGANIZAR
DIRIGIR
CONTROLAR

AULA 2

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

AULA 3

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

AULA 4

VALORES
CRENÇAS
INTELIGÊNCIA EMOCIONAL
INTELIGÊNCIA ESPIRITUAL

AULA 5

COMUNICAÇÃO VERBAL E NÃO VERBAL
COMUNICAÇÃO NÃO VIOLENTA
RAPPORT
EMPATIA

AULA 6

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/>.
- 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.

DISCIPLINA:

CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL

RESUMO

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.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

ENTIDADES A QUE SE DESTINA A CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL
LEIS E REGULAMENTOS APLICADOS À CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL
CONVERGÊNCIA AOS PADRÕES INTERNACIONAIS
ESTRUTURA CONCEITUAL APLICADA À CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL (NBC TSP)

AULA 2

REGIMES CONTÁBEIS APLICADOS À CONTABILIDADE GOVERNAMENTAL
CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS
ELEMENTOS DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS
CRITÉRIOS PARA RECONHECIMENTO

AULA 3

INSTRUMENTOS PARA PLANEJAMENTO PÚBLICO
RECEITA PÚBLICA
DESPESA PÚBLICA
ILUSTRAÇÃO – ETAPAS DA RECEITA E DA DESPESA ORÇAMENTÁRIA

AULA 4

ESTRUTURA DO PCASP
NATUREZA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL
LANÇAMENTOS E REGRAS DE INTEGRIDADE
SISTEMA INTEGRADO DE ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA DO GOVERNO FEDERAL (SIAFI)

AULA 5

COMPONENTES DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

BALANÇO PATRIMONIAL

DEMONSTRAÇÃO DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS

DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES NO PATRIMÔNIO LÍQUIDO

AULA 6

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

CONCEITOS DE ÉTICA

CONCEITOS DE MORAL

CONCEITOS DE MORALIDADE

CONCEITOS, DISTINÇÕES E IMPLICAÇÕES ENTRE ÉTICA E POLÍTICA NA SOCIEDADE

AULA 2

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

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

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

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

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

TIPOS DE INOVAÇÃO - OBJETO FOCAL DA INOVAÇÃO
TIPOS DE INOVAÇÃO - IMPACTO DA INOVAÇÃO
CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO
POR QUE INOVAR?

AULA 2

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

GESTÃO DO CONHECIMENTO PARA A INOVAÇÃO
CONHECIMENTO E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL
GESTÃO DE FONTES EXTERNAS DE INFORMAÇÃO PARA INOVAÇÃO
AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO INOVADOR

AULA 4

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

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

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 COMO FAZER O PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO ELISÃO FISCAL VERSUS EVASÃO FISCAL; TIPOS DE ELISÃO, ABUSO DE FORMA ESTADO VERSUS CONTRIBUINTE O DIREITO DO CONTRIBUINTE DE PAGAR SOMENTE O TRIBUTOS DEVIDO FINALIDADE DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO; PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO COMO OBRIGAÇÃO
AULA 2 A CONTABILIDADE COMO BASE DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO INTERPRETAÇÃO DA LC Nº 104/2001 ABUSOS DA RECEITA FEDERAL COMO FAZER O PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO FORMAS DE SONEGAÇÃO FISCAL
AULA 3 REGIMES DE TRIBUTAÇÃO: CONCEITOS BÁSICOS LUCRO REAL: TÓPICOS ELEMENTARES LUCRO PRESUMIDO: TÓPICOS ELEMENTARES LUCRO ARBITRADO: TÓPICOS ELEMENTARES SIMPLES: TÓPICOS ELEMENTARES
AULA 4 CISÃO, FUSÃO E INCORPORAÇÃO COMPENSAÇÃO DE PREJUÍZOS INCORPORAÇÃO E ABSORÇÃO DE PREJUÍZOS PELA INCORPORADORA CISÃO SEM APURAÇÃO DE GANHO DE CAPITAL PARTICIPAÇÃO EXTINTA EM CISÃO, FUSÃO E INCORPORAÇÃO
AULA 5 TÓPICOS ESPECÍFICOS DE PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: OPERAÇÕES DE VENDAS NA INTERNET NEUTRALIDADE FISCAL BRINDES OU BONIFICAÇÕES DE MERCADORIAS GASTOS COM FORMAÇÃO PROFISSIONAL POSTERGAÇÃO DE FATURAMENTO

AULA 6

RENDIMENTOS DOS SÓCIOS E SUA TRIBUTAÇÃO
JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO
GANHOS DE CAPITAL
PREVIDÊNCIA PRIVADA
LIVRO CAIXA

BIBLIOGRAFIAS

- ALVES, V. Planejamento tributário (elisão fiscal). Jusbrasil, 2014. Disponível em: <https://valdivinodesousa.jusbrasil.com.br/artigos/121944135/planejamento-tributario-elisao-fiscal>.
- 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>.
- BORGES, H. B. Gerência de impostos: IPI, ICMS e ISS. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

DISCIPLINA:

GESTÃO DE FINANÇAS PÚBLICAS

RESUMO

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?

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E PRINCÍPIOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
FINANÇAS PÚBLICAS: DEFINIÇÃO E TEORIA
ESPÉCIES DE ORÇAMENTOS
FUNÇÕES DO GOVERNO
FONTE NORMATIVA DO DIREITO FINANCEIRO BRASILEIRO

AULA 2

NATUREZA JURÍDICA DO ORÇAMENTO BRASILEIRO
CICLO ORÇAMENTÁRIO
PLANO PLURIANUAL (PPA)
LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS (LDO)
LEI ORÇAMENTÁRIA ANUAL (LOA)

AULA 3

PRINCÍPIOS ORÇAMENTÁRIOS EXPLÍCITOS NA LEI N. 4.320/1964
PRINCÍPIO DO ORÇAMENTO BRUTO E DA DISCRIMINAÇÃO
PRINCÍPIO DA EXCLUSIVIDADE
PRINCÍPIO DA NÃO AFETAÇÃO DAS DESPESAS
OUTROS PRINCÍPIOS ORÇAMENTÁRIOS

AULA 4

HISTÓRICO E OBJETIVOS DA LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL (INFLUÊNCIAS INTERNAS E EXTERNAS E IMPLANTAÇÃO DA LEI)
PRINCÍPIOS DA LRF
LICITAÇÕES PÚBLICAS CONCEITOS, OBRIGATORIEDADE
MODALIDADES DE LICITAÇÕES PÚBLICAS
LICITAÇÃO DISPENSADA E LICITAÇÃO DISPENSÁVEL

AULA 5

CRIMES DE RESPONSABILIDADE E CRIMES CONTRA AS FINANÇAS PÚBLICAS
GOVERNANÇA NO SETOR PÚBLICO
GESTÃO DE RISCOS
COMPLIANCE (PROGRAMA DE INTEGRIDADE DO GOVERNO FEDERAL)
PERSPECTIVAS FUTURAS NA ÁREA DE CONTROLE (INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, BIG DATA, INTERNET DAS COISAS ETC.)

AULA 6

AUDITORIA GOVERNAMENTAL (FINALIDADE, OBJETIVOS E ABRANGÊNCIA):
NBASP 100 – CORRESPONDENTE À ISSAI 100
AUDITORIA GOVERNAMENTAL: NBASP NÍVEIS 1, 2 E 3
NBASP 3000 – NORMA PARA AUDITORIA OPERACIONAL; NBASP 300 – ISSAI 300
NBASP 4000 – NORMA PARA AUDITORIA DE CONFORMIDADE
NBASP 200 – ISSAI 200 - PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS PARA UMA AUDITORIA DE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

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>.

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

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

AULA 2

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

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

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

AULA 5

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

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