

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

MBA EM GESTÃO DE PROJETOS **PMI-PMBOK**

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

MBA EM GESTÃO DE PROJETOS PMI-PMBOK

DISCIPLINA: ESTRATÉGIA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
RESUMO
Em situações em que encontramos organizações comercializando um mesmo produto ou mesmo oferecendo o mesmo serviço para um público igual, essas empresas necessitarão definir de que forma oferecerão seus produtos ou serviços. Essa forma de atuação é o que comumente chamamos de estratégia, a qual pode fazer a empresa seguir diversos caminhos: melhorar preço, agregar valor, investir em propaganda, investir em capacitação, entre outros. Tudo isso vai depender dos objetivos da organização, pois, dependendo do que ela pretende alcançar, a atuação dela no mercado deverá ser de uma forma ou de outra. Por exemplo, se a empresa quer atingir uma fatia de consumidores de classes sociais mais elevadas, dificilmente sua estratégia será em torno do menor preço.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 INTRODUÇÃO CONCEITOS E ELEMENTOS ANÁLISE DO AMBIENTE ESTABELECIMENTO DE DIRETRIZES ORGANIZACIONAIS FORMULAÇÃO DE ESTRATÉGIAS
AULA 2 INTRODUÇÃO CONTROLE DE ESTRATÉGIAS PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO QUESTÕES NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NÍVEIS DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
AULA 3 INTRODUÇÃO REDEFINIÇÃO DO NEGÓCIO PROPOSTA DE VALOR CONSTRUÇÃO DO CENÁRIO PLATAFORMAS E O CASE DE FÁBRICAS DE COMPUTADORES
AULA 4 INTRODUÇÃO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO EXTERNO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS AMBIENTE RELACIONAL
AULA 5 INTRODUÇÃO FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO TOMADA DE DECISÃO INTELIGÊNCIA COMPETITIVA REORGANIZANDO AS ESTRATÉGIAS

AULA 6

INTRODUÇÃO

COMPETITIVIDADE E CONCORRÊNCIA

IMPLANTAÇÃO DE ESTRATÉGIAS

FORNECEDORES

NOVOS ENTRANTES E PRODUTOS SUBSTITUTOS

BIBLIOGRAFIAS

- CERTO, S. C. et al. Administração estratégica – Planejamento e implantação de estratégias. 3. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
- NOGUEIRA, C. S. Planejamento estratégico. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

DISCIPLINA:

LIDERANÇA E FORMAÇÃO DE EQUIPE

RESUMO

A comunicação é uma condição essencial para nossa vida. Sem ela não há cooperação, motivação, gestão ou qualquer outra coisa que exija o mínimo de organização para ser feito. Qualquer relação e/ou interação humana é composta por uma rede de comunicação. Se a comunicação falha, uma parte da interação humana falha também. Diante disso, a disciplina Comunicação, Liderança e Relações Interpessoais, pretende transformar o acadêmico em um comunicador embasado e pronto para expor, de forma clara, os seus ideais. A boa comunicação vai muito além de falar bonito, com voz bem impostada e com uma dicção perfeita. Envolve o domínio de diversas técnicas e compreensão de inúmeros fatores que fazem parte da comunicação pessoal, que serão trabalhados ao longo dos materiais propostos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1À AULA 6

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

BIBLIOGRAFIAS

- AVOLIO, B. J.; MHATRE, K. H. Advances in theory and research on authentic leadership. In: CAMERON, K. S.; G. Spreitzer (Eds.). The Oxford handbook of positive organizational scholarship (p. 773-783). Oxford: Oxford University Press. 2012.
- PINA E CUNHA, et al. Manual do Comportamento Organizacional e Gestão. 8. ed. Lisboa: RH Editora, 2016.

DISCIPLINA:

GESTÃO DO CONHECIMENTO E INOVAÇÃO

RESUMO

No atual cenário, o aprendizado ao longo da vida tornou-se essencial para a sustentabilidade e o melhor posicionamento das organizações. Atuando como principal catalisador da gestão da informação, do conhecimento e da inovação corporativa, o aprendizado vem se constituindo em sua melhor estratégia. No tocante às pessoas nesse contexto, representa uma chave para sua integração na sociedade e seu sucesso no mercado de trabalho.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

O MACROAMBIENTE DE NEGÓCIOS

EMPRESAS MULTINACIONAIS

GLOBALIZAÇÃO E A NOVA FORMA DE FAZER NEGÓCIOS

E A GESTÃO DO CONHECIMENTO COM ISSO?
PAÍSES EMERGENTES

AULA 2

A PRIMEIRA ONDA DE CONHECIMENTO
A NOVA DINÂMICA TECNOECONÔMICA
A SEGUNDA ONDA DE CONHECIMENTO
PRINCÍPIOS DA ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO
A TERCEIRA ONDA DE CONHECIMENTO

AULA 3

INOVAÇÃO: A CHAVE DO SUCESSO NA NOVA ERA INDUSTRIAL
ACESSO E COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO
INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO PARA A CRIAÇÃO DE INOVAÇÕES
CAPITAL INTELECTUAL
CAPACITANDO A INOVAÇÃO DENTRO DA EMPRESA

AULA 4

A GESTÃO DO CONHECIMENTO
DADO, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO: COMO GERENCIAR
DE ONDE VEM A GESTÃO DO CONHECIMENTO
CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO
TIPOS DE CONHECIMENTO

AULA 5

APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL
GESTÃO ESTRATÉGICA PARA O CONHECIMENTO
COMPETÊNCIA ORGANIZACIONAL
GESTÃO ESTRATÉGICA DO CAPITAL INTELECTUAL
CONHECIMENTO E VANTAGEM COMPETITIVA

AULA 6

BUSINESS INTELLIGENCE
PROCESSO DECISÓRIO E GESTÃO DO CONHECIMENTO
DATA WAREHOUSE E DATA MINING: FERRAMENTAS DE BI
MARCA: O ASPECTO INTANGÍVEL DO CONHECIMENTO
ADMINISTRAÇÃO DA INCERTEZA: A ORGANIZAÇÃO COMO SISTEMA DE TOMADA DE DECISÃO

BIBLIOGRAFIAS

- CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. Negócios internacionais: estratégia, gestão e novas realidades. Pearson: São Paulo, 2010.
- TRÍPOLI, A. K.; PRATES, R. Comércio internacional: teoria e prática. Curitiba: Intersaberes, 2016.

DISCIPLINA:

GESTÃO POR PROCESSOS E QUALIDADE

RESUMO

Antes de iniciarmos nossa matéria de gerenciamento da qualidade em projetos, vamos parar para responder aos seguintes questionamentos: O que é qualidade? Por que se preocupar com qualidade? Onde encontrar qualidade? Como mensurar a qualidade? Qual é o custo da qualidade? Nos tempos atuais, em que excelência e qualidade estão cada vez mais difundidas, os profissionais buscam melhores resultados por meio de controles efetivos. A qualidade em projetos tem como objetivo o cumprimento dos requisitos. O gerenciamento da qualidade inclui processos, tais como planejar o gerenciamento da qualidade, realizar a garantia da qualidade e controlar a qualidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

HISTÓRIA DA QUALIDADE

CRONOLOGIA

SOPA DE LETRINHAS DO GERENCIAMENTO DE PROJETOS

GERENCIAMENTO DA QUALIDADE EM PROJETOS

FERRAMENTAS DA QUALIDADE

AULA 2

PARA QUE SERVE UM EMPREENDIMENTO?

QUALIDADE, PRODUTIVIDADE, COMPETITIVIDADE E NORMALIZAÇÃO

PROJETOS, PROCESSOS, PROJETO DE PROCESSO E PROCESSO DE PROJETO

PDCA COMO METODOLOGIA BÁSICA DE GERENCIAMENTO

INDICADORES DE DESEMPENHO, ITENS DE CONTROLE E ITENS DE VERIFICAÇÃO

AULA 3

GERENCIAMENTO DA QUALIDADE TOTAL

FLUXOGRAMA

BPM

GESTÃO DA MUDANÇA

SIPOC

AULA 4

MÉTODO DOS 5 PORQUÊS

DIAGRAMA DE CAUSA E EFEITO

FOLHA DE VERIFICAÇÃO

HISTOGRAMA

DIAGRAMA DE DISPERSÃO

AULA 5

GRÁFICO DE CONTROLE

AS 7 NOVAS FERRAMENTAS DA QUALIDADE

DIAGRAMA DE AFINIDADES

DIAGRAMA DE RELAÇÕES

DIAGRAMA DE ÁRVORE

AULA 6

DIAGRAMA DE MATRIZ

MATRIZ DE PRIORIZAÇÃO

DIAGRAMA DE SETAS

DIAGRAMA DE PROCESSOS DE DECISÕES (PDCAP)
HARD SKILLS VERSUS SOFT SKILLS

BIBLIOGRAFIAS

- KERZNER, H. Gerenciamento de Projetos: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle. São Paulo: Blucher, 2011.
- MARTINS, R. As 7 ferramentas da qualidade. Blog da Qualidade, 19 dez. 2013. Disponível em: <http://www.blogdaqualidade.com.br/as-sete-ferramentas-daqualidade/>.
- MULCAHY, R. Preparatório para o Exame de PMP. USA, Ed. RMC Publications, 8th 2013.

DISCIPLINA:

FINANÇAS CORPORATIVAS E MERCADO DE CAPITAIS

RESUMO

Nesta disciplina vamos explorar temas que envolvem as finanças corporativas e o mercado de capitais. Primeiramente, abordamos os elementos das finanças corporativas (origem das finanças, abrangência e mercado de trabalho) e, na sequência, mostramos os mercados financeiros primários e secundários e as formas de negociação (como funciona cada um desses mercados). Por último, mostramos hipóteses, teorias e modelos que sustentam esse mercado (hipóteses de mercados eficientes – HME, teoria da agência, assimetria de informação e modelo de precificação de ativos – CAPM).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

ELEMENTOS DE FINANÇAS CORPORATIVAS

MERCADO FINANCEIRO: PRIMÁRIO E SECUNDÁRIO E FORMAS DE NEGOCIAÇÃO

HIPÓTESE DE MERCADOS EFICIENTES (HME)

TEORIA DA AGÊNCIA E ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO

MODELO DE PRECIFICAÇÃO DE ATIVOS (CAPM)

AULA 2

DECISÕES DE INVESTIMENTOS E DIMENSIONAMENTO DOS FLUXOS DE CAIXA

CUSTO DE CAPITAL DE TERCEIROS

CUSTO DE CAPITAL PRÓPRIO

CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL (WEIGHTED AVERAGE COST OF CAPITAL – WACC)

FLUXOS DE CAIXAS INCREMENTAIS

AULA 3

TIPOS DE POLÍTICAS DE DIVIDENDOS

RELEVÂNCIA E IRRELEVÂNCIA DOS DIVIDENDOS

LIQUIDEZ, SINALIZAÇÃO E OUTRAS CONSIDERAÇÕES NA POLÍTICA DE DIVIDENDOS

CONFLITO DE AGENTES E CAIXA DISPONÍVEL PARA DIVIDENDOS

PRÁTICA LEGAL DA DISTRIBUIÇÃO DE DIVIDENDOS, BONIFICAÇÕES, JUROS SEM CAPITAL PRÓPRIO (JSCP)

AULA 4

FONTES DE FINANCIAMENTOS A LONGO PRAZO: UTILIZAÇÃO DE CAPITAL PRÓPRIO

FONTES DE FINANCIAMENTO A LONGO PRAZO: UTILIZAÇÃO DE RECURSOS DE

TERCEIROS

ESTRUTURA DE CAPITAL: CONCEITOS BÁSICOS

ESTRUTURA DE CAPITAL: AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO E DA
ESTRUTURA DE CAPITAL

DIFICULDADES FINANCEIRAS, ENDIVIDAMENTO E AVALIAÇÃO

AULA 5

MERCADO DE CAPITAIS

VALORES MOBILIÁRIOS

MERCADO DE CAPITAIS E AS EMPRESAS

A BOLSA DE VALORES NO BRASIL E NO MUNDO

NEGOCIAÇÕES COM AÇÕES NA BM&FBOVESPA

AULA 6

ANÁLISE FUNDAMENTALISTA DE AÇÕES

ANÁLISE MACROECONÔMICA E SETORIAL

ANÁLISE DOS FUNDAMENTOS DA EMPRESA

A ANÁLISE TÉCNICA DE AÇÕES

ANÁLISE GRÁFICA E INDICADORES TÉCNICOS

BIBLIOGRAFIAS

- ASSAF NETO, A. Finanças corporativas e valor. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- GITMAN, L. J. Princípios de administração financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.
- SANTOS, J. et al. Análise do efeito segunda-feira no mercado de capitais brasileiro nos Períodos Ex ante (1995 a 2007) e Ex-post (2008 a 2012) à deflagração da Crise SubPrime. In: ENCONTRO DA ANPAD, 37, 2013. Rio de Janeiro, Anais... Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_FIN456.pdf.

DISCIPLINA:

ESTRATÉGIA DE MARKETING NA ERA DIGITAL

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.
- HOOLEY, G.; PIERCY, N. F.; NICOULAUD, B. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011, p. 12-14.
- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

DISCIPLINA:

GESTÃO ÁGIL DE PROJETOS

RESUMO

Atualmente, o gerenciamento de projetos é uma área que está despertando interesse em várias organizações pelo fato de oferecer elementos que dão suporte para tomada de decisão empresarial. A seguir, apresentam-se os assuntos que falaremos nesta disciplina:

1. literaturas sobre gestão de projetos; 2. o que é projeto; 3. o que é gerenciamento de projeto; 4. metodologia tradicional; 5. ciclo de vida do projeto; e 6. abordagem ágil.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO

DESENVOLVIMENTO ORIENTADO À FUNCIONALIDADE

PAPÉIS DA METODOLOGIA FDD

PROCESSOS DA METODOLOGIA FDD

RELATÓRIO DE PROGRESSO DA METODOLOGIA FDD

AULA 2

INTRODUÇÃO

MODELO DE EQUIPE DO MSF

MODELO DE PROCESSO E DISCIPLINAS DO MSF

COMPETÊNCIAS E PRINCÍPIOS DA METODOLOGIA SAFE

IMPLEMENTAÇÃO DA METODOLOGIA SAFE

AULA 3

INTRODUÇÃO

CRYSTAL NA PRÁTICA

CRYSTAL CLEAR

MÉTODO DE DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS DINÂMICOS

AULA 4

INTRODUÇÃO

CICLO DE VIDA AGILE UP

DISCIPLINAS AGILE UP

VISÃO GERAL DA PROGRAMAÇÃO EXTREMA

VALORES E PRINCÍPIOS DA XP

AULA 5

INTRODUÇÃO

VANTAGENS E DESVANTAGENS DA XP

MAPA DO PROCESSO DA XP

ETAPA DE INTERAÇÃO DA XP

ETAPA DE DESENVOLVIMENTO DA XP

AULA 6

INTRODUÇÃO

PRÁTICAS PARA EQUIPE

PROGRAMAÇÃO EM PARES

COMUNICAÇÃO DIÁRIA

TENDÊNCIA DA ADOÇÃO DAS ABORDAGENS ÁGEIS

BIBLIOGRAFIAS

- FOGGETTI, C.; Gestão ágil de projetos. São Paulo: Pearson Education, 2015.
- KRAUSE, W.; ISO 21500 – Orientações sobre gerenciamento de projetos – Diretrizes para o sucesso. São Paulo: Brasport, 2014.

- PALMER, S. R; FELSING, J. M.; A practical guide to feature driven development. Nova Jersey: Prentice Hall, 2002.

DISCIPLINA: GESTÃO DO PORTFÓLIO DE PROJETOS
RESUMO
Projetos podem ser entendidos como uma importante ferramenta na gestão organizacional e de grande auxílio para o aumento da dinamicidade corporativa na atualidade. Na esfera pública, por exemplo, o seu papel é extremamente relevante, pois contribuem sobremaneira no processamento de ações coordenadas que promovam o bem-estar social. Na esfera privada, as empresas têm se utilizado, em grande medida, das suas possibilidades nas mais diversas áreas de atuação. Assim, o conhecimento fundamentado de como o gerenciamento de projetos funciona, bem como os seus componentes, formas distintas e otimizadas de gerenciamento, papel dos responsáveis pelo projeto e suas ferramentas, servem como bagagem importante para a tomada de decisão. Neste material, vamos entender como os projetos operam no mercado, seus componentes e estrutura.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 INTRODUÇÃO COMPOSIÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE PROJETOS ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E MATURIDADE EM PROJETOS PAPEL DO GERENTE DE PROJETOS CAUSAS DE FRACASSOS E SUCESSOS NOS PROJETOS
AULA 2 INTRODUÇÃO PROJECT MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE (PMBOK) CAPÍTULOS DO PMBOK GERENCIAMENTO DE PROJETOS E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL INTERAÇÃO ENTRE OS PROCESSOS E AS ÁREAS DE GERENCIAMENTO DE UM PROJETO
AULA 3 INTRODUÇÃO INTEGRAÇÃO E PLANEJAMENTO DO PROJETO GERENCIAMENTO DE CRONOGRAMA GERENCIAMENTO DE CUSTO GERENCIAMENTO DE QUALIDADE
AULA 4 INTRODUÇÃO GERENCIAMENTO DAS COMUNICAÇÕES COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL ENTRE OS AGENTES PLANEJANDO A COMUNICAÇÃO GERENCIANDO PROJETOS COM A COMUNICAÇÃO
AULA 5 INTRODUÇÃO COMO REALIZAR UMA ANÁLISE MAIS APROFUNDADA SOBRE RISCOS

PLANEJAR AS RESPOSTA AOS RISCOS
GERENCIANDO EXTERNOS AO PROJETO
GERENCIAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS

AULA 6

INTRODUÇÃO

SCRUM

LEAN E O GERENCIAMENTO DE PROJETOS

CANVAS E KANBAN EM PROJETOS

GERENCIAMENTO DE PROJETOS NO MUNDO V.U.C.A.

BIBLIOGRAFIAS

- CAMARGO, M. R. Gerenciamento de projetos: fundamentos e prática integrada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.
- GASNIER, D. G. Guia prático para gerenciamento de projetos: manual de sobrevivência para os profissionais de projetos. São Paulo: IMAM, 2012.
- KERZNER, H. Gerenciamento de projetos: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle. São Paulo: Editora Blucher, 2015.

DISCIPLINA:

ENGENHARIA ECONÔMICA: DECISÃO E INVESTIMENTOS

RESUMO

Ao tratarmos da engenharia econômica, nós estudaremos, primeiramente, a microeconomia e, na sequência, a macroeconomia e, finalmente, os custos. A microeconomia é baseada em duas importantes teorias: a teoria do consumidor; a teoria da firma. Cada um de nós como consumidores, nos deparamos com situações em que fica a dúvida se devemos ou não comprar determinado produto ou adquirir determinado serviço, no que tange ao custo desse produto ou serviço. É comum que um consumidor, ao perceber que um produto que costuma utilizar está com preço mais baixo do que aquele comumente praticado pelo mercado, resolva adquirir uma quantidade maior de itens daquele produto. Mas a mesma situação pode ocorrer quando ele tem a sua renda aumentada, pois se sente momentaneamente mais rico. É importante, portanto, conhecermos o comportamento do consumidor perante o mercado de bens e de serviços.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: A CURVA DE INDIFERENÇA

EFEITOS DE ALTERAÇÕES NA RENDA DO CONSUMIDOR

CURVA DE DEMANDA INDIVIDUAL

DETERMINANTES DA DEMANDA

AULA 2

INTRODUÇÃO

ANÁLISE DA FIRMA NO CURTO PRAZO

TEORIA DOS CUSTOS COM UM FATOR DE PRODUÇÃO FIXO

RELAÇÃO ENTRE PRODUÇÃO E CUSTOS NO CURTO PRAZO

A CURVA DE OFERTA DA FIRMA

AULA 3

INTRODUÇÃO

TAXA MARGINAL DE SUBSTITUIÇÃO TÉCNICA E RENDIMENTOS DE ESCALA
AS ESTRUTURAS DE MERCADO
O EQUILÍBRIO DA FIRMA
CURVA DE DEMANDA PARA UMA FIRMA EM CONCORRÊNCIA PERFEITA

AULA 4

INTRODUÇÃO
ESTRUTURA DA ANÁLISE MACROECONÔMICA
A ECONOMIA CLÁSSICA DO PLENO EMPREGO
A MOEDA E A POLÍTICA MONETÁRIA
A TAXA DE CÂMBIO E O MERCADO DE DIVISAS

AULA 5

INTRODUÇÃO
CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS DE FABRICAÇÃO
CONTABILIDADE DE CUSTOS
ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO
MARK UP

AULA 6

INTRODUÇÃO
SISTEMAS DE CUSTEIO
CUSTEIO DEPARTAMENTAL
CUSTEIO BASEADO EM ATIVIDADES (ABC)
CUSTO PADRÃO

BIBLIOGRAFIAS

- MONTELLA, M. Micro e macroeconomia: uma abordagem conceitual e prática. São Paulo: Atlas, 2009.

DISCIPLINA:

MODELOS DE GESTÃO E GESTÃO POR PROJETOS

RESUMO

A abordagem desta disciplina é bastante abrangente, na qual administradores de cidades e instituições públicas podem buscar exemplos, ferramentas e instrumentos na busca por um desenvolvimento com bases na sustentabilidade, cuja gestão se relaciona com vários âmbitos de governos, poderes institucionais e esferas administrativas. Assim, sempre com foco em resultados que se traduzem em melhorias na sociedade civil e benefício comunitário, garante-se a legalidade e legitimidade de seus atos e, sobretudo, o êxito pessoal e profissional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

GESTÃO ESTRATÉGICA DE PROJETOS
MODELOS DE GESTÃO DE PROJETOS
O CAPITAL HUMANO E A CULTURA ORGANIZACIONAL
ESTRUTURA ORGANIZACIONAL
TIPOLOGIA DE ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS

AULA 2

HISTÓRICO DA GESTÃO DE PROJETOS
O PROJETO: DEFINIÇÕES E CONCEITOS
CARACTERÍSTICAS DOS PROJETOS: INCERTEZAS
CARACTERÍSTICAS DOS PROJETOS: CICLO DE VIDA
CICLO DE VIDA: FASES

AULA 3

ÁREAS DE CONHECIMENTO DO PMI
GRUPO DE PROCESSOS
CICLO PDCA
STAKEHOLDERS
O GERENTE DE PROJETOS E A EQUIPE DO PROJETO

AULA 4

TERMO DE ABERTURA OU PROJECT CHARTER
PLANO DE GERENCIAMENTO DE UM PROJETO
GERENCIAMENTO DA EXECUÇÃO
MONITORAMENTO E CONTROLE
CONTROLE DE MUDANÇAS E ENCERRAMENTO DO PROJETO

AULA 5

ESCOPO
GESTÃO DO ESCOPO
ESTRUTURA ANALÍTICA DE PROJETOS – EAP
GESTÃO DE TEMPO DO PROJETO
GESTÃO DE CUSTOS DO PROJETO

AULA 6

GESTÃO DA QUALIDADE DO PROJETO
GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DO PROJETO
GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS DO PROJETO
GESTÃO DOS RISCOS DO PROJETO
GESTÃO DAS AQUISIÇÕES DO PROJETO

BIBLIOGRAFIAS

- CARVALHO, M. M.; RABECHINI JR., R. Fundamentos em gestão de projetos: construindo competências para gerenciar projetos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- LEANDRO, W. Gerenciamento de mudanças em projetos. Prof. Wankes Leandro, Brasília, DF, 28 ago. 2012. Disponível em: <http://wankesleandro.blogspot.com.br/2012/08/gerenciamento-de-mudancasem-projetos.html>.
- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos (Guia PMBOK). 5. ed. Newton Square: Project Management Institute, 2013.

DISCIPLINA:
GESTÃO DE OPERAÇÕES

RESUMO

A gestão de operações envolve coordenar processos de fornecimento, produção e distribuição para otimizar o fluxo de produtos até o consumidor. Com o tempo, a logística evoluiu de atividades isoladas de transporte e armazenamento para uma abordagem

integrada de cadeia de suprimentos, abrangendo três áreas principais: suprimentos, produção e distribuição. Essa evolução amplia o alcance da gestão de operações, alinhando todas as etapas para maior eficiência e integração.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1 À AULA 6

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

BIBLIOGRAFIAS

- BALLOU, R. H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Logística Empresarial. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- CAMPOS, L. F. R. Supply Chain: uma visão gerencial. Curitiba: InterSaberes, 2012.
- MORAIS, R. R. Logística empresarial. Curitiba: InterSaberes. 2015

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

- CHAVES, L. E. et al. Gerenciamento da comunicação em projetos. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2010.
- HEDLER, H. C. et al. Comunicação e compartilhamento do conhecimento entre equipes em automação de processos. Revista Comunicologia, Brasília, v. 6, n. 2, p. 165-183, jul./dez. 2013. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/5286>.
- PMI – PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. A guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). 6. ed. Newtown Square: PMI, 2017.