

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

---

## **PÓS-GRADUAÇÃO**

# **MBA EM ADMINISTRAÇÃO** **ESTRATÉGICA EM GESTÃO** **EMPRESARIAL**

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

---

# MBA EM ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA EM GESTÃO EMPRESARIAL

**DISCIPLINA:**  
GESTÃO EMPRESARIAL

## RESUMO

Falar de Ética Empresarial, ainda que oportuno e necessário, é muitas vezes confrontar-se com a estranheza do senso comum e a curiosidade das pessoas que desconhecem suas dimensões e possibilidades enquanto disciplina acadêmica e experiência. Isso porque vivemos um período de intensas mudanças culturais, econômicas, sociais e políticas, onde os valores tornam-se cada vez mais mutáveis e muitas vezes embaçados pelas demandas e conflitos existentes nas sociedades brasileira e global, enquanto ainda perduram os velhos preconceitos.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### AULA 1

INTRODUÇÃO  
ORGANIZAÇÕES: SIGNIFICADO  
EFICIÊNCIA E EFICÁCIA  
FUNÇÕES DO ADMINISTRADOR/ GESTOR  
HABILIDADES DO ADMINISTRADOR/ GESTOR

### AULA 2

INTRODUÇÃO  
A BUROCRACIA DE WEBER COMO GESTÃO  
O TOYOTISMO E O MODELO JAPONÊS DE ADMINISTRAÇÃO  
TEORIA DOS SISTEMAS: A ORGANIZAÇÃO INTEGRADA COM O SISTEMA  
TEORIA DA CONTINGÊNCIA

### AULA 3

INTRODUÇÃO  
ABORDAGEM COMPORTAMENTAL – TEORIA X E TEORIA Y  
MOTIVAÇÃO  
LIDERANÇA  
ENTREVISTA

### AULA 4

INTRODUÇÃO  
ANÁLISE SWOT E AS 5 FORÇAS DE PORTER  
CICLO DE VIDA DO PRODUTO  
MATRIZ BCG  
ENTREVISTA

### AULA 5

INTRODUÇÃO  
O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO  
ENDOMARKETING  
A COMUNICAÇÃO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL  
ENTREVISTA

**AULA 6**

INTRODUÇÃO

APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

ADMINISTRAÇÃO E OS DESAFIOS DO MUNDO CONTEMPORÂNEO

GOVERNANÇA CORPORATIVA E COMPLIANCE

ENTREVISTA

**BIBLIOGRAFIAS**

- ASHELEY, Patrícia Almeida (ORG.). Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Ed. Saraiva, 2005.
- BEZERRA, R. B. Responsabilidade social corporativa: uma proposta metodológica para orientação de iniciativas. 2007. 141f. Dissertação (Mestrado em Ciência em Planejamento Energético) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- BITTENCOURT, C. M. A. A informação e os indicadores de sustentabilidade: um estudo de caso no observatório regional base de indicadores da sustentabilidade metropolitana de Curitiba – ORBIS MC. 2006. 235f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção e Sistemas).

**DISCIPLINA:**

EMPREENDEDORISMO E CAPACIDADE INOVADORA NO SETOR PÚBLICO

**RESUMO**

O Estado vem passando por transformações profundas em diversas áreas. Muitas dessas situações são provenientes das mudanças que têm ocorrido em todos os segmentos da sociedade. Assim, a ciência, a tecnologia e a sustentabilidade, por exemplo, alteram tanto a forma de o ser humano enxergar o mundo como, conseqüentemente, o seu padrão comportamental. Dessa forma, o Estado precisa se adequar a essas novas maneiras de enxergar o mundo e de se adaptar às novas demandas. O que se busca, hoje, é um processo muito mais profundo do que apenas uma mudança de paradigmas; a necessidade atual é de transformação, alteração dos paradigmas existentes, oportunizando à organização que avance no desempenho dos papéis que, de fato, lhe competem.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO****AULA 1**

INTRODUÇÃO

CONTEXTUALIZANDO

EMPREENDEDORISMO

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

EMPREENDEDORISMO PÚBLICO E PRIVADO

EMPREENDEDORISMO PÚBLICO

EMPREENDEDORISMO SOCIAL

FINALIZANDO

**AULA 2**

INTRODUÇÃO

CONTEXTUALIZANDO

EMPREENDEDORISMO E ESP

MODELO DE ESP NO BRASIL

EXEMPLOS DE ESP

ESP EM OUTROS PAÍSES  
FINALIZANDO

### **AULA 3**

INTRODUÇÃO  
CONTEXTUALIZANDO  
PROCESSO MIGRATÓRIO  
CIDADES/REGIÕES  
CIDADES INTELIGENTES  
CIDADES INTELIGENTES X TICS  
GOVERNOS INTELIGENTES  
FINALIZANDO

### **AULA 4**

INTRODUÇÃO  
CONTEXTUALIZANDO  
PARCERIAS  
GOVERNO ELETRÔNICO  
PARCERIAS INTERNAS + REDES COLABORATIVAS  
DIFICULDADES DO GOVERNO ELETRÔNICO  
DESAFIOS ATUAIS PARA O GOVERNO ELETRÔNICO  
FINALIZANDO

### **AULA 5**

INTRODUÇÃO  
CONTEXTUALIZANDO  
INFORMAÇÃO  
BÚSSOLA DE TIMMONS  
DESAFIOS DO ACESSO À INFORMAÇÃO  
AÇÃO EMPREENDEDORA – FLUXO DE KINGDON  
EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO NO SETOR PÚBLICO  
FINALIZANDO

### **AULA 6**

INTRODUÇÃO  
CONTEXTUALIZANDO  
DIFICULDADES DE IMPLEMENTAÇÃO DA INOVAÇÃO E DO EMPREENDEDORISMO  
ONDE POSSO INOVAR? (INTERNA)  
ONDE POSSO INOVAR? (EXTERNA)  
CANVAS ETAPA 1  
CANVAS ETAPA 2  
FINALIZANDO

## **BIBLIOGRAFIAS**

- SEBRAE. Gem. Global Entrepreneurship Monitor, 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2018.
- SILVA, I. G. A reforma do Estado: a reforma do Estado brasileiro nos anos 90. São Paulo, 2001. Disponível em: [http://www4.pucsp.br/neils/downloads/v7\\_ilse\\_gomes.pdf](http://www4.pucsp.br/neils/downloads/v7_ilse_gomes.pdf). Acesso em: 11 jun. 2018.

- ZAMPETAKIS, L.; MOUSTAKIS, V. S. Uma pesquisa exploratória sobre os fatores que estimulam o empreendedorismo corporativo no setor público grego. *International Journal of Manpower*, v. 31, n. 8, 2010.

**DISCIPLINA:**

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

<b>AULA 6</b> INTRODUÇÃO COMPETITIVIDADE E CONCORRÊNCIA IMPLANTAÇÃO DE ESTRATÉGIAS FORNECEDORES NOVOS ENTRANTES E PRODUTOS SUBSTITUTOS
<b>BIBLIOGRAFIAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CERTO, S. C. et al. Administração estratégica – Planejamento e implantação de estratégias. 3. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.</li> <li>• NOGUEIRA, C. S. Planejamento estratégico. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.</li> </ul>

<b>DISCIPLINA:</b>
ESTRATÉGICA DE MARKETING
<b>RESUMO</b>
<p>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.</p>
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>
<b>AULA 1</b> INTRODUÇÃO DEFINIÇÃO DE VALOR E SUAS CONCEPÇÕES O VALOR EM NEGÓCIOS E PRODUTOS DIGITAIS ANÁLISE SWOT ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DE PORTER
<b>AULA 2</b> INTRODUÇÃO ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA DE MARKETING USO DE DASHBOARDS COMO APOIO À DECISÃO INDICADORES DE DESEMPENHO CONCORRENTES NA ERA DIGITAL
<b>AULA 3</b> 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**

- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- KUPOR, D.; TORMALA, Z. When Moderation Fosters Persuasion: The Persuasive Power of Deviatory Reviews. Journal of Consumer Research, v. 45, n. 3, p. 490–510, 2018.

**DISCIPLINA:**

MACRO E MICROECONOMIA

**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**

INTRODUÇÃO  
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**

INTRODUÇÃO

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**

INTRODUÇÃO

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**

INTRODUÇÃO

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**

INTRODUÇÃO

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**

INTRODUÇÃO

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**

- LACOSTE, Y. A geografia, isso serve, em primeiro lugar, para fazer a guerra. 14. ed. Campinas: Papirus, 2008.
- LEFEBVRE, H. O direito à cidade. São Paulo: Centauro, 2013.
- VASCONCELLOS, M. A. S. de. Introdução à macroeconomia. In: PINHO, D. B.; TONETO JUNIOR, R.; VASCONCELLOS, M. A. S. Manual de economia. São Paulo: Saraiva, 2012.

<b>DISCIPLINA:</b>
<b>TÓPICOS AVANÇADOS EM GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO</b>
<b>RESUMO</b>
<p>Atualmente, é evidente que nada pode trabalhar sem uma quantidade significativa de informação. Fazer a gestão da informação eficiente gera inteligência competitiva, tanto em organizações privadas quanto em instituições públicas. A ação de transformar dados em informações relevantes aumenta a qualidade da tomada de decisões nas instituições, colocando-as, conseqüentemente, em patamares mais competitivos. Em uma empresa que deseja gerenciar melhor sua cadeia de suprimentos, é preciso haver recursos de Business Intelligence para determinar onde estão ocorrendo atrasos e onde existem variações no processo de envio. Essa empresa também pode usar seus recursos de BI para descobrir quais produtos estão mais comumente atrasados ou quais meios de transporte estão mais frequentemente envolvidos em atrasos.</p>
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>
<p><b>AULA 1</b>  ORIGEM E DESENVOLVIMENTO DO BI  OTIMIZAÇÃO DE PROCESSOS  GESTÃO EFICIENTE  ERP, CRM E BPM  PILARES DO BI</p> <p><b>AULA 2</b>  POR QUE PROJETO DE DW?  ARQUITETURA  ROTEIROS DE MODELAGEM  METADADOS  ESTUDO DE CASO</p> <p><b>AULA 3</b>  CONCEITOS, DEFINIÇÕES E SURGIMENTO  IMPORTÂNCIA DA MINERAÇÃO DE DADOS  DATA MINING NA INDÚSTRIA 4.0  COMO APLICAR DATA MINING EM UM AMBIENTE DE NEGÓCIO?  SOFTWARES PARA MINERAÇÃO DE DADOS</p> <p><b>AULA 4</b>  CONCEITOS E DEFINIÇÕES  DIFERENÇA ENTRE REENGENHARIA DE PROCESSOS E METODOLOGIA DE GERENCIAMENTO DE PROCESSOS  PASSOS PARA A REALIZAÇÃO  CICLO PDCA  ESTUDO DE CASO</p> <p><b>AULA 5</b>  SIGNIFICADO DE BENCHMARKING  TIPOS DE BENCHMARKING  UM ALIADO DO MARKETING  APRENDENDO COM A CONCORRÊNCIA  PASSO A PASSO</p> <p><b>AULA 6</b>  LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES  IDENTIFICAR AS FONTES DE DADOS  FERRAMENTAS</p>

RETROAÇÃO BI COMPETENCY CENTER
<b>BIBLIOGRAFIAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• BONEL, C. Afinal, o que é Business Intelligence?. 2. ed. Rio de Janeiro: Clube de Autores, 2017.</li> <li>• TURBAN, E. et al. Business Intelligence: um enfoque gerencial para a inteligência do negócio. Tradução de Fabiano Bruno Gonçalves. Porto Alegre: Bookman, 2009.</li> <li>• TURBAN, E.; VOLONINO, L. Tecnologia da Informação Para Gestão. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.</li> </ul>

<b>DISCIPLINA:</b> DESENVOLVIMENTO DE CENÁRIOS E TENDÊNCIAS
<b>RESUMO</b>
<p>O futuro nunca é exato ou completamente conhecido devido a uma multiplicidade de variáveis e atores que têm potencial de afetar sua configuração. Os estudiosos das tendências e cenários – planejadores – compartilham da ideia de que o planejamento das organizações, das cidades ou de qualquer ente deve ser conduzido a um conjunto de cenários, e não somente a um único cenário. Este fato se deve em função de que a imagem de futuro que se retrata e descreve é decorrência desta combinação de múltiplos elementos presentes no entorno organizacional, no ambiente interno ou externo.</p>
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>
<p><b>AULA 1</b> INTRODUÇÃO CONTEXTUALIZANDO CONCEITOS E TENDÊNCIAS EM CURSO TENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO FINALIZANDO TENDÊNCIAS E IDENTIFICAÇÃO DE NOVAS OPORTUNIDADES TENDÊNCIAS DE NICHOS TENDÊNCIAS E NECESSIDADES DE MERCADO</p> <p><b>AULA 2</b> INTRODUÇÃO CONTEXTUALIZANDO CENÁRIOS E AMBIENTE EMPRESARIAL COMO CONSTRUIR CENÁRIOS DIRETRIZES PARA A CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS TIPOS DE CENÁRIOS PLANEJAMENTO POR CENÁRIOS FINALIZANDO</p> <p><b>AULA 3</b> INTRODUÇÃO CENÁRIOS E AMBIENTE EMPRESARIAL COMO CONSTRUIR CENÁRIOS CONTEXTUALIZANDO DIRETRIZES PARA A CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS TIPOS DE CENÁRIOS PLANEJAMENTO POR CENÁRIOS</p>

FINALIZANDO

**AULA 4**

INTRODUÇÃO

CONTEXTUALIZANDO

PLANOS DE AÇÃO

CRIAÇÃO DE PLANOS DE AÇÃO

METODOLOGIA 5W2H

APLICAÇÕES DOS PLANOS DE AÇÕES NA GESTÃO E QUALIDADE

FATORES QUE AFETAM OS PLANOS DE AÇÃO

FINALIZANDO

**AULA 5**

INTRODUÇÃO

CONTEXTUALIZANDO

MATRIZ SWOT

CICLO PDCA

TÉCNICAS BRAINSTORMING E WRITE STORMING

DIAGRAMA DE CAUSA E EFEITO

BENCHMARKING

FINALIZANDO

**AULA 6**

INTRODUÇÃO

CONTEXTUALIZANDO

PAINEL DE ESPECIALISTAS

MAPAS DE CONHECIMENTO

REDES DE COOPERAÇÃO

MAPA ESTRATÉGICO

FINALIZANDO

TÉCNICA DELPHI

**BIBLIOGRAFIAS**

- ARCANGELI, C. Como identificar tendências de mercado? 2012. Blog Endeavor Brasil. Disponível em: <https://endeavor.org.br/como-identificartendencias-de-mercado/>. Acesso em: 09 jan. 2018.
- BRASIL 2016: tendências de consumo. Agência Intel, 2016. Disponível em: <http://im.wheatonbrasil.com.br/wp-content/uploads/2015/12/tendencias-deconsumo-2016-mintel.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2018.
- BRINKER, M. A. O que são tendências e como descobri-las. Blog Comunicação e Tendências. 2011. Disponível em: <http://www.comunicacaoetendencias.com.br/o-que-sao-tendencias-e-comodescobri-las>. Acesso em: 09 jan. 2018.

**DISCIPLINA:**

DIREITO EMPRESARIAL

**RESUMO**

O direito é instrumento por meio do qual a sociedade se organiza. Segundo Hobbes, o homem vivia em um estado de natureza. Trata-se de uma situação hipotética por meio da qual os homens experimentam liberdade plena, pois estavam organizados apenas sob as leis da natureza. Basicamente, era a lei do mais forte subjugando os mais fracos. Todavia, com o advento da propriedade, o homem precisou que suas relações fossem tuteladas,

evitando a barbárie e a autotutela. Essa ideia de anterioridade não guarda relação com períodos históricos, por certo. Isso porque o estado de natureza hobbesiano e o surgimento do estado civil são metáforas que visam explicar o período pré-social da humanidade.

#### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

##### **AULA 1**

VÍDEO 1  
VÍDEO 2  
VÍDEO 3  
VÍDEO 4

##### **AULA 2**

VÍDEO 1  
VÍDEO 2  
VÍDEO 3  
VÍDEO 4

##### **AULA 3**

VÍDEO 1  
VÍDEO 2  
VÍDEO 3  
VÍDEO 4

##### **AULA 4**

VÍDEO 1  
VÍDEO 2  
VÍDEO 3  
VÍDEO 4

##### **AULA 5**

VÍDEO 1  
VÍDEO 2  
VÍDEO 3  
VÍDEO 4

##### **AULA 6**

VÍDEO 1  
VÍDEO 2  
VÍDEO 3  
VÍDEO 4

#### BIBLIOGRAFIAS

- ANNONI, D. Introdução ao direito contratual no cenário internacional. Curitiba: InterSaberes, 2013.
- BRANCHIER, A. S. H.; MOTTA, F .P. Direito empresarial. Curitiba: InterSaberes, 2012.
- \_ TESOLIN, J. D. D. Direito e legislação aplicada. Curitiba: InterSaberes, 2013.
- CARVALHO JUNIOR, M. R. Direito processual ambiental. Curitiba: InterSaberes, 2013.

#### DISCIPLINA:

EMPREENDEDORISMO DIGITAL E TECNOLOGIAS EXPONENCIAIS

#### 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

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

- ANNONI, D. Introdução ao direito contratual no cenário internacional. Curitiba: InterSaberes, 2013.
- BRANCHIER, A. S. H.; MOTTA, F. P. Direito empresarial. Curitiba: InterSaberes, 2012.

- \_ TESOLIN, J. D. D. Direito e legislação aplicada. Curitiba: InterSaber, 2013. CARVALHO JUNIOR, M. R. Direito processual ambiental. Curitiba: InterSaber, 2013.

<b>DISCIPLINA:</b>
<b>PLANEJAMENTO FINANCEIRO E ORÇAMENTÁRIO</b>
<b>RESUMO</b>
De acordo com Viceconti e Neves (2013, p. 7), [...] [a] contabilidade financeira tem por objetivo controlar o patrimônio das empresas e apurar o resultado (variação do patrimônio). Ele deve também prestar informações a usuários externos que tenham interesse em acompanhar a evolução da empresa, tais como entidades financeiras que irão lhe conceder empréstimos, debenturistas e quaisquer pessoas que desejem adquirir ações da empresa (se ela for uma companhia aberta). Veremos, nesta disciplina que atualmente serve também para startups que precisam de financiamento. Essas empresas demonstram, por meio da contabilidade e com suas peças contábeis, em especial o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício e a Demonstração de Fluxo de Caixa, como está a sua saúde financeira e quanto elas poderão render, de acordo com as projeções feitas.
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>
<p><b>AULA 1</b>  INTRODUÇÃO  INTRODUÇÃO À CONTABILIDADE DE CUSTOS  PRINCÍPIOS DE CONTABILIDADE APLICADOS A CUSTOS  ESQUEMA BÁSICO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS  ESTRUTURA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS</p> <p><b>AULA 2</b>  INTRODUÇÃO  CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS E DAS DESPESAS  OBJETIVOS DA APURAÇÃO DOS CUSTOS  CUSTO DE AQUISIÇÃO  DEPARTAMENTALIZAÇÃO, CENTROS DE CUSTOS E RATEIO</p> <p><b>AULA 3</b>  INTRODUÇÃO  MÉTODOS DE AVALIAÇÃO DE ESTOQUES  CUSTOS CONTROLÁVEIS E CUSTOS ESTIMADOS  CONTROLE DE CUSTOS ADMINISTRATIVOS E COMERCIAIS  CUSTOS PARA FINS FISCAIS</p> <p><b>AULA 4</b>  INTRODUÇÃO  MÉTODO DE CUSTEIO DIRETO OU VARIÁVEL  MÉTODO DE CUSTEIO BASEADO EM ATIVIDADES (ABC)  ESTIMATIVA DE VENDAS E GIRO DE ESTOQUES  CAPITAL DE GIRO E FLUXOS DE CAIXA</p> <p><b>AULA 5</b>  INTRODUÇÃO  MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO  PONTO DE EQUILÍBRIO  MARGEM DE SEGURANÇA  GRAU DE ALAVANCAGEM OPERACIONAL</p>

**AULA 6**

INTRODUÇÃO

MARK-UP

CONTROLE ORÇAMENTÁRIO

INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS

ANÁLISE VERTICAL E HORIZONTAL DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

**BIBLIOGRAFIAS**

- BRASIL. Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Diário Oficial da União, Brasília, 17 dez. 2021. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l6404consol.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm). Acesso em: 17 mar. 2021.
- CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis. Pronunciamento Técnico CPC 00 (R2): estrutura conceitual para relatório financeiro. Brasília, 10 dez. 2019. Disponível em: [http://www.cpc.org.br/Arquivos/Documentos/573\\_CPC00\(R2\).pdf](http://www.cpc.org.br/Arquivos/Documentos/573_CPC00(R2).pdf). Acesso em: 17 mar. 2021.
- CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis. Pronunciamento Técnico CPC 16 (R1): estoques. Brasília, 8 set. 2009. Disponível em: [http://www.cpc.org.br/Arquivos/Documentos/243\\_CPC\\_16\\_R1\\_rev%2013.pdf](http://www.cpc.org.br/Arquivos/Documentos/243_CPC_16_R1_rev%2013.pdf). Acesso em: 17 mar. 2021. GRIFFIN, M. P. Contabilidade e finanças. São Paulo: Saraiva, 2012.

**DISCIPLINA:**

GESTÃO DE PESSOAS - FOCO EM GESTÃO PÚBLICA

**RESUMO**

O curso de gestão de pessoas na área pública compreende vários aspectos, dentre eles: tendências e desafios na era digital; carreira do servidor público; gestão de pessoas no setor público e gestão de talentos; gestão de talentos como instrumento para a melhoria de desempenho; gestão de talentos como instrumento para a transformação e política governamental para gestão de pessoas. Todos eles serão abordados nesta disciplina.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO****AULA 1**

INTRODUÇÃO

CONTEXTUALIZANDO

IMPACTOS: GESTÃO DE PESSOAS NA ERA DIGITAL

GESTÃO DE PESSOAS NA ERA DIGITAL

FATOR HUMANO

HABILIDADES NA GESTÃO DE PESSOAS

PRINCIPAIS DESAFIOS DA GESTÃO PÚBLICA

FINALIZANDO

**AULA 2**

INTRODUÇÃO

CONTEXTUALIZANDO

CARTA IBERO-AMERICANA DA FUNÇÃO PÚBLICA

ESTATUTO DO SERVIDOR PÚBLICO (LEI N. 8.112/1990) – PARTE 1

ESTATUTO DO SERVIDOR PÚBLICO (LEI N. 8.112/1990) – PARTE 2

CÓDIGO DE ÉTICA (DECRETO N. 1.171/1994), VEDAÇÃO AO NEPOTISMO (SÚMULA VINCULANTE N. 13) PROCESSO DISCIPLINAR (LEI N. 8.112/1990)

IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA

FINALIZANDO

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
CONTEXTUALIZANDO  
GESTÃO DE PESSOAS NO SETOR PÚBLICO: DESAFIOS E TENDÊNCIAS  
GESTÃO DE TALENTOS  
DO CONCURSO PÚBLICO À INTEGRAÇÃO  
RECOMPENSAR E DESENVOLVER  
MANTER E AVALIAR  
FINALIZANDO

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
CONTEXTUALIZANDO  
CONSTRUÇÃO DE UM MODELO GERENCIAL  
GESTÃO DE COMPETÊNCIA  
GESTÃO DO CONHECIMENTO  
COMPORTAMENTO E MOTIVAÇÃO  
AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO  
FINALIZANDO

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
CONTEXTUALIZANDO  
TRANSFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL  
LIDERANÇA (PARTE I)  
LIDERANÇA (PARTE II)  
COACHING  
INOVAÇÃO  
FINALIZANDO

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA  
ESTRATÉGIA PARA DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS (IPEA)  
POLÍTICAS DE GESTÃO DE PESSOAS  
PLANO DE CAPACITAÇÃO

**BIBLIOGRAFIAS**

- CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2010.
- CLAD – Centro Latino-americano de Administração para o Desenvolvimento. Carta Iberoamericana de la Función Pública. V Conferencia Iberoamericana de Ministros de Administración Pública y Reforma del Estado. Santa Cruz, Bolivia, 26 y 27 de junio de 2003.
- \_\_\_\_\_. Carta Iberoamericana de Calidad en la Gestión Pública. X Conferencia Iberoamericana de Ministros de Administración Pública y Reforma del Estado. San Salvador, El Salvador, 26 y 27 de junio de 2008.

**DISCIPLINA:**

GOVERNANÇA CORPORATIVA

**RESUMO**

O movimento de governança corporativa se iniciou nos Estados Unidos, como reação ao desenvolvimento das grandes companhias americanas. Estas eram marcadas pela pulverização de capital, o qual era detido de forma fragmentada por diversos acionistas.

Assim, se configurou uma forte separação entre a propriedade das companhias e sua gestão ou controle.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### **AULA 1**

#### INTRODUÇÃO

A GOVERNANÇA PRIVADA E O DESENVOLVIMENTO DA GOVERNANÇA PÚBLICA

A GOVERNANÇA PÚBLICA

A INCORPORAÇÃO DA GOVERNANÇA PÚBLICA NO BRASIL

PRINCÍPIOS DA GOVERNANÇA PÚBLICA

### **AULA 2**

#### INTRODUÇÃO

MATRIZ DE RISCOS

A RELAÇÃO ENTRE A BOA GOVERNANÇA E OS PROGRAMAS DE COMPLIANCE

INTRODUÇÃO AO COMPLIANCE

PRINCÍPIOS DO COMPLIANCE

### **AULA 3**

#### INTRODUÇÃO

O COMPLIANCE OFFICER

COMO AFERIR UM PROGRAMA DE COMPLIANCE

O COMPLIANCE NO BRASIL

LEIS QUE INTERNACIONALIZARAM O COMPLIANCE

### **AULA 4**

#### INTRODUÇÃO

A LEI ANTICORRUPÇÃO E O COMPLIANCE

AS MODALIDADES DE COMPLIANCE

O COMPLIANCE CRIMINAL

O COMPLIANCE NA REPRESSÃO À LAVAGEM DE DINHEIRO

### **AULA 5**

#### INTRODUÇÃO

COMPLIANCE PÚBLICO

COMPLIANCE NAS EMPRESAS ESTATAIS BRASILEIRAS

COMPLIANCE E COMPRAS PÚBLICAS: PROJETO DE LEI N.303/2016

EXIGÊNCIA DOS PROGRAMAS DE COMPLIANCE NAS LICITAÇÕES

### **AULA 6**

#### INTRODUÇÃO

INSTRUMENTOS PREVENTIVOS DA CORRUPÇÃO

OS PROJETOS CAPITÃES DE COMPLIANCE

NÃO SEGUIMENTO DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE

RESPONSABILIDADE OBJETIVA E SUBJETIVA

## BIBLIOGRAFIAS

- ABNT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. ABNT NBR ISO 31000:2018. Disponível em: <http://www.abntcatalogo.com.br/norma.aspx?ID=392334>. Acesso em: 13 nov. 2018.
- ALTOUNIAN, C. S.; DE SOUZA, D. L. LAPA, L. R. G. Gestão e governança pública para resultados: uma visão prática. Belo Horizonte: Fórum, 2017.
- BANCO MUNDIAL. O Banco Mundial do Brasil. Disponível em: <https://www.worldbank.org/pt/country/brazil>. Acesso em: 13 nov. 2018.