

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

FORMAÇÃO DE CONSULTORES EM ORGANIZAÇÕES

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

FORMAÇÃO DE CONSULTORES EM ORGANIZAÇÕES

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 TOYTISMO 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

GOVERNAÇA CORPORATIVA E COMPLIANCE
ENTREVISTA

BIBLIOGRAFIAS

- ASHELEY, Patrícia Almeida (ORG.). Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Ed. Saraiva, 2005.
- MARCONDES, Danilo. Textos Básicos de Ética. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
- SROUR, Robert Henry. Ética Empresarial – O Ciclo Virtuoso dos Negócios. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier Ed., 2008.

DISCIPLINA:
ASSESSORIA DE NEGÓCIOS

RESUMO

Vivemos em um mundo globalizado onde a cada dia temos acesso a mais informações em uma velocidade cada vez maior. Essa realidade está presente também nos negócios e irá influenciar cada dia mais a maneira como os profissionais executam suas tarefas e entregam suas demandas, sejam estas operacionais ou estratégicas. Assessorar esses elementos é essencial para o funcionamento deles, e fazer você entender todo esse processo é o objetivo desse material.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO
ASSESSORIA NO PASSADO
HISTÓRIA DA ASSESSORIA
EIXOS DA ASSESSORIA
ASSESSORIA E SECRETARIADO
FORMAÇÃO PROFISSIONAL

AULA 2

INTRODUÇÃO
CONHECIMENTO
HABILIDADE
ATITUDE
VALORES
ÉTICA

AULA 3

INTRODUÇÃO
COMPETÊNCIA – CONCEITO
COMPETÊNCIAS TÉCNICAS
COMPETÊNCIAS COMPORTAMENTAIS
ÁREAS DE ATUAÇÃO
VISÃO DO FUTURO PARA OS PROFISSIONAIS DE ASSESSORIA

AULA 4

INTRODUÇÃO
GESTÃO DE PROCESSOS E PROJETOS
ESTRATÉGIA EMPRESARIAL
GESTÃO DE MUDANÇAS E INTERNACIONALIZAÇÃO
INTRAEMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO
RESPONSABILIDADE SOCIAL E GOVERNANÇA CORPORATIVA

AULA 5

INTRODUÇÃO
FERRAMENTAS INDISPENSÁVEIS
APLICATIVOS E PLATAFORMAS
PDCA E BALANCED SCORECARD (BSC)
LEAN
GETTING THINGS DONE - GTD

AULA 6

INTRODUÇÃO
ASSESSORIA PRESENCIAL
ASSISTENTE VIRTUAL/REMOTO
CIENTISTAS DE DADOS
DESENVOLVEDORES DE JOGOS
INFLUENCIADORES DIGITAIS

BIBLIOGRAFIAS

- COSTA, R. A. T.; VIANA, I. A. Introdução aos fundamentos teóricos da assessoria secretarial: um estudo sobre as vertentes funcionais desta atividade, sob a visão holística da profissão de secretariado. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v. 3, n. 1, p. 31-40, 2016. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/1069/917>.
- NONATO JÚNIOR, R. Epistemologia e teoria do conhecimento em secretariado executivo: a fundação das ciências da assessoria. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2009.
- PAES, R. V. O.; MÜLLER, R. Gestão de conhecimento e assessoria executiva: uma pesquisa com os profissionais de secretariado executivo atuantes na Universidade Federal Do Pará. Revista Expectativa, v. 14, n. 14, 2015 Disponível em: <http://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/10361/8214>.

DISCIPLINA:

CONSULTORIA E DESENVOLVIMENTO

RESUMO

Neste material serão abordados os seguintes conteúdos: o ambiente da consultoria e a evolução histórica da consultoria empresarial; os conceitos da consultoria organizacional; motivação e oportunidades de consultoria; segmentos de atuação da consultoria. Teremos como objetivos conhecer os conceitos de consultoria organizacional, bem como a sua evolução histórica e compreender o atual estágio do mercado e suas perspectivas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

O AMBIENTE DA CONSULTORIA
MOTIVAÇÃO E OPORTUNIDADES DE CONSULTORIA
EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA CONSULTORIA EMPRESARIAL
SEGMENTOS DE ATUAÇÃO DA CONSULTORIA
CONCEITOS DE CONSULTORIA

AULA 2

CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS DO CONSULTOR
A CARREIRA DE CONSULTORIA
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DO CONSULTOR
A ÉTICA DO CONSULTOR
ESTRUTURA DE TRABALHO DO CONSULTOR

AULA 3

FORMAS DE CONSULTORIA

CARACTERÍSTICAS DA CONSULTORIA

CONSULTORIA INTERNA

FORMAS DE RELACIONAMENTO

CONSULTORIA EXTERNA

AULA 4

A EMPRESA DE CONSULTORIA

OS PROCESSOS E PROCEDIMENTOS DA CONSULTORIA

MISSÃO, VALORES E CULTURA ORGANIZACIONAL

A MUDANÇA E RESISTÊNCIA NAS EMPRESAS

DIVULGAÇÃO DOS SERVIÇOS DE CONSULTORIA

AULA 5

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

PROPOSTA DE CONSULTORIA E PLANO DE TRABALHO

ASPECTOS METODOLÓGICOS

REUNIÃO E NEGOCIAÇÃO DOS SERVIÇOS DE CONSULTORIA

MAPEAMENTO DE PROCESSO

AULA 6

PLANEJAMENTO E INDICADORES DE DESEMPENHO

CONCLUSÃO E RELAÇÃO PÓS-CONSULTORIA

RELATÓRIOS E APRESENTAÇÃO DO PROJETO

TENDÊNCIA DE CONSULTORIA

FEEDBACK E REUNIÕES DE CONSULTORIA

BIBLIOGRAFIAS

- CROCCO, L.; GUTTMANN, E. Consultoria empresarial. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CUNHA, J. L. L. Consultoria organizacional. Curitiba: Intersaberes, 2013.
- OLIVEIRA, D. P. R. Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia, prática. São Paulo: Atlas, 2007.

DISCIPLINA:

COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL E ÉTICA

RESUMO

Você já parou para pensar por que as organizações são tão importantes? Elas fornecem os meios para atender às necessidades das pessoas como serviços de saúde, água e energia, diversão, educação, diversos produtos, entre outros, ou seja, praticamente tudo depende das organizações. Se elas falham... Mas, e a importância das organizações para as pessoas que nelas trabalham e a importância das pessoas para as organizações, pois as organizações são complexas e afetam fortemente o ser humano. Então, para entender esse universo do comportamento nesse ambiente, abordaremos os conceitos de organizações, tipos e os elementos que fazem parte dessa grande estrutura, como a cultura e o clima, que são considerados fatores influenciadores no comportamento organizacional. E como a organização pode ser influenciada e também influenciar o ambiente na qual se encontra, finalizando com as mudanças que estão ocorrendo cada vez mais rapidamente. Em nossos estudos, ainda vamos abordar as pessoas, como elas possuem suas experiências, crenças, valores e conhecimentos que as diferem uma das outras, interferindo e ditando o seu comportamento dentro do ambiente organizacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

AULA 2

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

AULA 3

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

AULA 4

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

AULA 5

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

AULA 6

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

BIBLIOGRAFIAS

- CHIAVENATO, I. Fundamentos de administração: os pilares da gestão no planejamento, organização, direção e controle das organizações para incrementar competitividade e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2021.
- DRUCKER, P. F. Administrando em tempos de grandes mudanças. São Paulo: Pioneira, 1999.
- OBBINS, S. P. et al. Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

DISCIPLINA:

GESTÃO DE PROJETOS

RESUMO

A gestão por projetos é bastante utilizada em diversos segmentos organizacionais, uma vez que a interpretação de resultados e a medição de desempenho se tornam mais claras quando são tratadas com esses conceitos. Aqui, abordamos os aspectos introdutórios sobre gestão de projetos, revisando o que este tema representa e conversando sobre o plano de projeto e produto, de modo a trazer à tona o perfil do profissional gestor de projetos. Também destacamos a Associação Internacional de Gestão de Projetos (International Project Management Association – IPMA) e o envolvimento dos stakeholders (partes interessadas) para o desenvolvimento do projeto.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

GESTÃO DE PROJETOS

INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT ASSOCIATION (IPMA)

PLANO DE PROJETO E PRODUTO

GESTÃO DE STAKEHOLDERS: PARTES INTERESSADAS

GESTOR DE PROJETOS: COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

AULA 2

CARACTERÍSTICAS DOS PROJETOS

ASPECTOS AMBIENTAIS DOS PROJETOS

ESTRUTURA DOS PROJETOS

PMI E PMBOK

ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS DOS PROJETOS

AULA 3

GERENCIAMENTO DO ESCOPO

GERENCIAMENTO DOS RECURSOS HUMANOS

GERENCIAMENTO DO TEMPO
GERENCIAMENTO DAS AQUISIÇÕES
GERENCIAMENTO DO PRAZO

AULA 4

GERENCIAMENTO DA QUALIDADE
GERENCIAMENTO DOS RISCOS
GERENCIAMENTO DOS CUSTOS
GERENCIAMENTO DA INTEGRAÇÃO
GERENCIAMENTO DAS COMUNICAÇÕES

AULA 5

ANÁLISE DE VIABILIDADE FINANCEIRA E AMBIENTAL DO PROJETO
SOFTWARES DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS
PROJECT MODEL CANVAS
LIÇÕES APRENDIDAS
SCRUM (METODOLOGIA ÁGIL)

AULA 6

RESTRIÇÕES E PREMISSAS
CERTIFICAÇÕES EM PROJETOS
GERENCIAMENTO DE CONFLITOS
APRESENTAÇÃO DO PROJETO PARA INVESTIDORES
PROJECT MANAGEMENT OFFICE (PMO) E PORTFÓLIO DE PROJETOS

BIBLIOGRAFIAS

- CARVALHO, F. C. A. Gestão de projetos. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- FOGGETTI, C. Gestão ágil de projetos. São Paulo, Pearson Education do Brasil, 2014.
- _____. Moderno Gerenciamento de Projetos. 2. Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

DISCIPLINA:
ÉTICA EMPRESARIAL

RESUMO

A Ética nos Períodos Históricos – Antiguidade Clássica; Ética, Moral e Comportamento Cotidiano; Códigos de Ética Profissional; A Evolução da RSE e o Novo Milênio; Compreensão da Cultura Organizacional; Indicadores de Clima Ético.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO
A ÉTICA NOS PERÍODOS HISTÓRICOS – ANTIGUIDADE CLÁSSICA
PERÍODO HELENÍSTICO
ÉTICA MEDIEVAL
ÉTICA MODERNA E CONTEMPORÂNEA – ÉTICA PÓS-MODERNA?

AULA 2

INTRODUÇÃO
ÉTICA, MORAL E COMPORTAMENTO COTIDIANO
ÉTICA, MORAL E DIREITO
FUNÇÃO ÉTICA E MORAL DOS DIREITOS HUMANOS
ÉTICO – SER OU NÃO SER

AULA 3

INTRODUÇÃO
CÓDIGOS DE ÉTICA PROFISSIONAL
CÓDIGO DE ÉTICA EMPRESARIAL
REPONSABILIDADE PROFISSIONAL
DEONTOLOGIA E PRÁTICA PROFISSIONAL

AULA 4

INTRODUÇÃO
A EVOLUÇÃO DA RSE E O NOVO MILÊNIO
RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL
RSE E INICIATIVAS INTERNACIONAIS
IMPLANTANDO AÇÕES DE RSE

AULA 5

INTRODUÇÃO
COMPREENSÃO DA CULTURA ORGANIZACIONAL
ÉTICA E TIPOLOGIA CULTURAL
CLIMA ORGANIZACIONAL
AMBIENTE ORGANIZACIONAL SAUDÁVEL

AULA 6

INTRODUÇÃO
INDICADORES DE CLIMA ÉTICO
AFERINDO OS INDICADORES DE CLIMA ÉTICO
CLIMA ÉTICO E O TERCEIRO SETOR
CLIMA ÉTICO E O COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL

BIBLIOGRAFIAS

- KANT, I. Fundamentação da metafísica dos costumes. Coimbra: Grupo Almeida, 2014.
- RUSSELL, B. História da filosofia ocidental. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

DISCIPLINA:
GESTÃO DE PESSOAS

RESUMO

Neste material iremos abordar introdução à gestão de pessoas, visão geral da gestão de pessoas; papel da área de recursos humanos; processo evolutivo da gestão de pessoas; gestão de pessoas no Brasil; tendências e perspectivas para a gestão de pessoas; planejamento estratégico de RH; gestão de talentos; processos de movimentação de pessoas, recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento de pessoas, avaliação de desempenho e valorização de pessoas; gestão por competências; processos de orientação e acompanhamento de pessoas; educação corporativa; desenvolvimento organizacional; segurança e saúde no trabalho; qualidade vida no trabalho; motivação e retenção de talentos; gestão por competências; mapeamento e implantação de competências; ética na gestão de pessoas; indicadores de recursos humanos e consultoria em recursos humanos, tendências e desafios em recursos humanos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

GESTÃO DE PESSOAS E ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS
EVOLUÇÃO DA GESTÃO DE PESSOAS NAS ORGANIZAÇÕES
PARTICULARIDADES DA GESTÃO DE PESSOAS NO CONTEXTO ATUAL
TENDÊNCIAS FUTURAS DA GESTÃO DE PESSOAS
GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS

AULA 2

IDENTIFICAÇÃO E REALOCAÇÃO DE TALENTOS E GESTÃO DE PESSOAS
GESTÃO DE CARREIRAS, REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS
QUALIDADE DE VIDA E SAÚDE OCUPACIONAL
TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS
APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL E GESTÃO DO CONHECIMENTO

AULA 3

GESTÃO E AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO
MODELOS E TIPOS DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO
GESTÃO DE PESSOAS POR COMPETÊNCIAS
AMBIENTE DE TRABALHO E RELACIONAMENTOS INTERPESSOAIS
PLANOS DE CARREIRA E SUCESSÃO

AULA 4

GESTÃO DA DIVERSIDADE ORGANIZACIONAL
A IMPORTÂNCIA DA SOCIALIZAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES
CONTEXTO DA LIDERANÇA: DESAFIOS, MUDANÇAS E PERSPECTIVA
COMUNICAÇÃO, MOTIVAÇÃO DE PESSOAS E SATISFAÇÃO NO TRABALHO
GERENCIAMENTO DE CONFLITOS E AS NOVAS GERAÇÕES

AULA 5

COACHING E MENTORING
GESTÃO DO PROCESSO DE MUDANÇA
RETENÇÃO E MOVIMENTAÇÃO DE TALENTOS
ÉTICA NA GESTÃO DE PESSOAS
INDICADORES DE GESTÃO DE PESSOAS

AULA 6

CONSULTORIA E AUDITORIA EM GESTÃO DE PESSOAS
GESTÃO DE EQUIPES MULTICULTURAIS
NOVOS PARADIGMAS NA GESTÃO DE PESSOAS
PRÁTICAS INOVADORAS DE GESTÃO DE PESSOAS
AMBIENTE DE TRABALHO, CLIMA ORGANIZACIONAL E CULTURA: A INFLUÊNCIA
SOBRE A EQUIPE DE TRABALHO

BIBLIOGRAFIAS

- ABREU, V. Por mais líderes com mindset digital e colaborativo. Revista Melhor, ano 25, n. 362, p. 14, 2018.
- BARRETT, R. A organização dirigida por valores: liberando o potencial humano para a performance e a lucratividade. São Paulo: Alta Books, 2018.
- CARVALHO, G. Cuidar (bem) do que é seu. Revista Melhor, ano 24, n. 349, 2016.

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.
- FIGUEIREDO, P. N. Gestão da inovação: conceitos, métricas e experiências de empresas

no Brasil. São Paulo: Livros Técnicos e Científicos, 2009.

- POSSOLI, G. E. Gestão da inovação e do conhecimento. Curitiba: InterSaberes, 2012.

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

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

- 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.
- NOGUEIRA, C. S. Planejamento estratégico. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2014.

DISCIPLINA:
COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

RESUMO

Nesta disciplina abordaremos os estudos sobre a atividade empreendedora, o perfil e as características do empreendedor, a importância da criatividade e da inovação e a criação de oportunidades de negócios sustentáveis. Também veremos os aspectos relacionados à modelagem de negócios e o uso de métodos e técnicas de design thinking para a potencialização do espírito empreendedor do aluno, apresentando modelos de negócios inovadores praticados na atualidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

ORIGEM HISTÓRICA E CONCEITO
CARACTERÍSTICAS ESSENCIAIS DO EMPREENDEDOR
AS PESQUISAS SOBRE EMPREENDEDORISMO
TIPOS DE EMPREENDEDOR
POR QUE ENTENDER DE EMPREENDEDORISMO? POR QUE EMPREENDER?

AULA 2

ATRIBUTOS X BENEFÍCIOS DE EMPREENDER X FATORES INIBIDORES DO
EMPREENDEDORISMO
CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO
COMO ESTIMULAR CRIATIVIDADE E A INOVAÇÃO POR MEIO DE TÉCNICAS E
METODOLOGIAS APLICADAS
IDEIAS X OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS
TRANSFORMANDO NECESSIDADES EM OPORTUNIDADES

AULA 3

TRANSFORMANDO IDEIAS EM OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS
INOVAÇÃO E CICLO DE ADOÇÃO
POTENCIAL DE VENDAS
IMPACTO ECONÔMICO DA IDEIA DE NEGÓCIO
RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

AULA 4

A INOVAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIOS
BUSINESS MODEL GENERATION (BMG CANVAS)
A CRIATIVIDADE APLICADA AO BMG CANVAS (PARTE 01)
A CRIATIVIDADE APLICADA AO BMG CANVAS (PARTE 02)
A CRIATIVIDADE APLICADA AO BMG CANVAS (PARTE 03)
A CRIATIVIDADE APLICADA AO BMG CANVAS (PARTE 04)
A CRIATIVIDADE APLICADA AO BMG CANVAS (PARTE 05)
A RACIONALIDADE NA MODELAGEM DE NEGÓCIOS
A ESTRUTURA DE CUSTOS E AS FONTES DE RECEITAS

AULA 5

POR QUE REALIZAR UMA PESQUISA DE MERCADO OU PESQUISA DE MARKETING
TIPOS DE PESQUISA DE MERCADO: QUANTITATIVA
TIPOS DE PESQUISA DE MERCADO: QUALITATIVA
A METODOLOGIA DA PESQUISA
CUIDADOS NA ELABORAÇÃO E APLICAÇÃO DE PESQUISAS

AULA 6

APRESENTAÇÃO DA IDEIA E ESTUDOS REALIZADOS
PLANO DE MARKETING

PLANO OPERACIONAL
PLANO FINANCEIRO
AVALIAÇÃO DA ESTRATÉGIA E A CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL (DLS)

BIBLIOGRAFIAS

- DOLABELA, F. Pedagogia empreendedora. São Paulo: Cultura, 2003.
- FARAH, O. E. Empreendedorismo Estratégico. São Paulo: CENGAGE, 2008.
- HISRICH, R. D. Empreendedorismo. São Paulo: McGraw-Hill, 2014.

DISCIPLINA:

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E GERENCIAMENTO DE CAPITAL

RESUMO

A administração financeira está inserida em todas as nossas relações, sejam elas humanas, comerciais ou produtivas. Especificamente, em gestão de negócios, a gestão financeira é responsável pela: tomada de decisões que maximizem a riqueza do empreendimento; redução ao mínimo possível de risco do negócio; orientação da receita ao volume e obtenção de lucros reais. Ou seja, ela é quem demandará o presente e o futuro da organização. Este material procura abranger de maneira clara e didática os principais fatores que englobam a administração financeira e o gerenciamento de capital, para que você compreenda as bases dessas áreas e desenvolva a sua atuação nelas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

CONCEITOS GERAIS
O ADMINISTRADOR FINANCEIRO
FERRAMENTAS DE CÁLCULO FINANCEIRO
CALCULADORAS FINANCEIRAS - A HP-12C
FERRAMENTAS DE PROJEÇÃO FINANCEIRA

AULA 2

DECISÕES FINANCEIRAS NAS CORPORações
PROJEÇÕES DE RECEITA
RECEITA E SAZONALIDADE
PROJEÇÕES DO BALANÇO FINANCEIRO E FLUXO DE CAIXA
A FUNÇÃO FINANCEIRA NAS EMPRESAS

AULA 3

PONTO DE EQUILÍBRIO OPERACIONAL
CUSTOS FIXOS E VARIÁVEL
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO
GRAU DE ALAVANCAGEM OPERACIONAL (GAO)
GRAU DE ALAVANCAGEM FINANCEIRA (GAF)

AULA 4

GESTÃO DO CAPITAL DE GIRO
MATÉRIA-PRIMA E O ESTOQUE EXCEDENTE
EFICIÊNCIA DE GIRO E ESTOQUE
INDICADORES FINANCEIROS
ÍNDICES FINANCEIROS

AULA 5

ANÁLISE DE INVESTIMENTOS
CUSTOS EM INVESTIMENTOS
CÁLCULO E MENSURAÇÃO DOS CUSTOS EM INVESTIMENTOS

CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL
VAUE (VALOR ANUAL UNIFORME EQUIVALENTE)

AULA 6

VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)
TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)
TIR INCREMENTAL
PAYBACK SIMPLES
PAYBACK ATUALIZADO

BIBLIOGRAFIAS

- ANDRICH, E. G.; CRUZ, J. A. W. Gestão financeira moderna: uma abordagem prática. Curitiba: InterSaberes, 2013.
- BRAGA, R. Fundamentos e técnicas de administração financeira. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- CASTANHEIRA, N. P. Matemática financeira aplicada. 3. ed. Curitiba: Ibpex 2010.

DISCIPLINA:

MARKETING DE RELACIONAMENTO

RESUMO

Entender como funciona o marketing de relacionamento e as ferramentas disponíveis para administrá-lo é um grande desafio; por outro lado, é um grande prazer, pois os resultados logo surgem. Esta disciplina o auxiliará a desenvolver ideias para a aplicação imediata nos negócios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

BREVE HISTÓRICO – O QUE É MARKETING DE RELACIONAMENTO?
O QUE É VALOR?
SATISFAÇÃO DAS NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES
A IMPORTÂNCIA DA LEALDADE
PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO

AULA 2

O PODER DO CLIENTE
QUALIDADE PERCEBIDA PELO CLIENTE
MARKETING DE RELACIONAMENTO E O SETOR DE SERVIÇOS – SERVQUAL
BENEFÍCIOS DO RELACIONAMENTO PARA O CLIENTE
AS EMOÇÕES DOS CONSUMIDORES

AULA 3

MARKETING DIRETO: COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE (BTOC)
COCRIAÇÃO E CUSTOMIZAÇÃO
CAPTAÇÃO, FIDELIZAÇÃO E RETENÇÃO DE CLIENTES
LEALDADE À MARCA
RELACIONAMENTO E COMUNIDADES VIRTUAIS

AULA 4

OS 4Cs DO MARKETING DE RELACIONAMENTO
SEGMENTAÇÃO DE MERCADO E RELACIONAMENTO
TECNOLOGIA E RELACIONAMENTO COM O CLIENTE
A FILOSOFIA DO CRM
FORMULAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE CRM

AULA 5

ATENDIMENTO AO CLIENTE E MARKETING DE RELACIONAMENTO

A IMPORTÂNCIA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS NO MARKETING DE RELACIONAMENTO

RELACIONAMENTO COM STAKEHOLDERS

O MARKETING DE RELACIONAMENTO NO MERCADO B2B

CRIAÇÃO DE VALOR NO MERCADO B2B

AULA 6

TRANSGRESSÕES NO RELACIONAMENTO

MEDIDAS DE DESEMPENHO DE MARKETING DE RELACIONAMENTO

CÁLCULO DO CLV – CUSTOMER LIFETIME VALUE

MARKETING DE RELACIONAMENTO: ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

PLANO DE MARKETING DE RELACIONAMENTO

BIBLIOGRAFIAS

- ALVES, E. B.; BARBOZA, M. M.; ROLON, V. E. K. Marketing de relacionamento: como construir e manter relacionamentos lucrativos? Curitiba: Editora Intersaberes, 2014.
- COBRA, M. H. N. Marketing Essencial: Conceitos, Estratégias e Controle. São Paulo: Atlas, 1986.
- MELLO, S. C. B.; LEÃO, A. L. M. S. Uma revisão crítica sobre o uso de diferentes conceitos de valor no marketing. RAC Eletrônica, v. 2, n.1, p. 37-53, 2008.