

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

MBA EM GASTRONOMIA E GESTÃO DE EVENTOS

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

MBA EM GASTRONOMIA E GESTÃO DE EVENTOS

DISCIPLINA: GESTÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS
RESUMO
A gestão do esporte possui muitos conceitos, incluindo a ideia de princípios/ fundamentos da área da Administração à realidade dos esportes e das organizações esportivas, passando por diversas fases, como o controle, a direção, a organização, o planejamento e a avaliação. Assim, é compreensível contextualizar a gestão do esporte como o processo de trabalhar com pessoas e recursos materiais para realizar objetivos de organizações esportivas, de maneira eficaz, bem como considerar como as organizações aplicam e organizam seus recursos, seja humano, financeiro e material, no sentido de garantir que seus objetivos sejam alcançados (Rocha; Bastos, 2011; O'Boyle, 2017). Frente à definição apresentada, compreender um pouco mais da gestão do esporte é fundamental para o desenvolvimento das organizações. Essas tanto oferecem serviços a uma população em específico, para participantes ou espectadores, como também proveem o gerenciamento do esporte por meio de políticas públicas.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 INTRODUÇÃO VÍDEO 2 O QUE É E PARA QUE SERVE UM PROJETO? COMO CONSTRUIR UM PROJETO RISCOS DE UM PROJETO AULA 2 INTRODUÇÃO PLANEJAMENTO DE EVENTOS ESPORTIVOS ORGANOGRAMA ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO A PARTIR DA GESTÃO DE PROCESSOS RECURSOS FINANCEIROS PARA EVENTOS ESPORTIVOS AULA 3 INTRODUÇÃO ÁREAS DE TRABALHO DE UM EVENTO GESTÃO DE RISCO DO EVENTO ENCERRAMENTO AVALIAÇÃO E RETORNOS AULA 4 INTRODUÇÃO PLANO ESTRATÉGICO DO MARKETING ESPORTIVO PLANO DE COMUNICAÇÃO COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE AULA 5 INTRODUÇÃO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

QUALIDADE DO SERVIÇO
VANTAGEM COMPETITIVA
EXEMPLOS DE ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS

AULA 6

O EVENTO ESPORTIVO COMO UM TODO
TIPOS DE SUSTENTABILIDADE
COMO SUSTENTAR UM EVENTO ESPORTIVO?
OBJETIVOS DA OMS PARA EVENTOS
O EVENTO ESPORTIVO COMO UM TODO

BIBLIOGRAFIAS

- O'BOYLEY, I. Sport Governance. In: BRADBURY, T. OBOYLE, I. Understanding sport management: International perspectives. Routledge, New York, 2017, p. 145-158.
- LIMA, E. et al. Megaeventos esportivos frente a pequenos eventos: Reflexões considerando-se a realidade brasileira recente. PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review, v. 5, n. 3, p. 89-110, 2016.
- MÜLLER, M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. Leisure Studies, v. 34, n. 6, p. 627-642, 2015.

DISCIPLINA:

CRIATIVIDADE E GESTÃO DE IDEIAS PARA INOVAÇÃO

RESUMO

Desde o fim do século XX, o tema “criatividade para a inovação” se consolidou como estratégico para a sobrevivência das empresas tanto em tempos de turbulência quanto para a competitividade global. A criatividade também vem sendo abordada no âmbito da gestão estratégica do conhecimento como de extrema importância para a inovação tecnológica empresarial (criatividade como uma das alavancas do conhecimento para a inovação). “Mais do que um fenômeno global, a gestão do conhecimento se consolidou, em fins do século passado, como fator crítico de sucesso para a criação eficaz de vantagens competitivas nas organizações” (Sbragia et al, 2006, p. 79).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

O QUE É CRIATIVIDADE?
FISIOLOGIA DO PROCESSO DE CRIATIVIDADE
PERSONALIDADE CRIATIVIDADE
FACILITADORES E BLOQUEADORES INDIVIDUAIS À CRIATIVIDADE
A MUDANÇA NO MINDSET: TENSÃO PSÍQUICA

AULA 2

SURGIMENTO DO PROCESSO CRIATIVO
COMPONENTES DO PROCESSO CRIATIVO
MAPEANDO O CENÁRIO E A BUSCA POR INSPIRAÇÕES
ANÁLISE INOVADORA
CRIAÇÃO DE PROJETOS INOVADORES

AULA 3

OBJETIVOS DAS TÉCNICAS DE CRIATIVIDADE
APLICABILIDADE DAS TÉCNICAS DE CRIATIVIDADE

BRAINSTORMING NA BASE DE TODAS AS TÉCNICAS
REVERSE BRAINSTORMING
BRAINWRITING NA GERAÇÃO DE IDEIAS

AULA 4

TÉCNICA S.C.A.M.P.E.R.
TÉCNICA P.N.I. (POSITIVO, NEGATIVO E INTERESSANTE)
SEIS CHAPÉUS PENSANTES E SEIS SAPATOS ATUANTES
TÉCNICA DO MINDMAPPING
TÉCNICA T.R.I.Z. (TEORIA DA RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS)

AULA 5

CRIATIVIDADE NO SUPORTE À COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL
CRIATIVIDADE PARA INOVAÇÃO
OBJETIVOS DA CRIATIVIDADE NA EMPRESA
DIFUSÃO DA CULTURA DA CRIATIVIDADE NA EMPRESA
GESTÃO DE PESSOAS EM AMBIENTE CRIATIVO

AULA 6

ATMOSFERA CRIATIVA: CRIANDO A ORGANIZAÇÃO INOVADORA
CARACTERÍSTICAS DA ORGANIZAÇÃO INOVADORA
FACILITADORES E BLOQUEADORES DA CRIATIVIDADE NAS EMPRESAS
A CRIATIVIDADE NA GESTÃO DO CONHECIMENTO
DESAFIOS DA CRIATIVIDADE NA ORGANIZAÇÃO: O PAPEL DA LIDERANÇA

BIBLIOGRAFIAS

- EYNG, I. S. O impacto das “cinco disciplinas” de Perter Senge na competitividade da empresa: o caso de uma rede de lojas do setor comercial. 118 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa, 2006. Disponível em: <http://www.pg.utfpr.edu.br/dirppg/ppgep/dissertacoes/arquivos/23/Dissertacao.pdf>.
- DERRISO FILHO, C. O declínio da criatividade. Disponível em: <https://celsofd.wordpress.com/tag/o-declinio-da-criatividade/>.
- DICIO – DICIONÁRIO ON-LINE DE PORTUGUÊS. Criatividade. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/criatividade/>.

DISCIPLINA:

ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

RESUMO

Neste material serão abordados os seguintes conteúdos: Planejamento e organização de eventos na sociedade atual; a influência da globalização na configuração dos eventos; principais conceitos de eventos; tipologia de eventos; planejamento estratégico; cerimonial e protocolo. Também veremos o conhecimento sobre planejamento e organização de eventos; a compreensão da representatividade da área de eventos na atuação do profissional de Secretariado e a aplicação dos conhecimentos protocolares nos diversos tipos de eventos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

OS EVENTOS NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO
A APLICAÇÃO DO DIFERENCIAL COMPETITIVO

A INFLUÊNCIA DA GLOBALIZAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS
O CONCEITO DE VALOR X CONCEITO DE PREÇO
O USO DOS EVENTOS COMO ESTRATÉGIA CORPORATIVA

AULA 2

O QUE É UM EVENTO
A IMPORTÂNCIA DO TERCEIRO SETOR NA ECONOMIA
A HISTÓRIA DOS EVENTOS
O CONTEXTO ATUAL DE EVENTOS PELA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
MARKETING PROMOCIONAL
PRINCIPAIS CONCEITOS DE EVENTOS

AULA 3

A CONCEPÇÃO DE UM EVENTO
TIPOLOGIA DOS EVENTOS: ESPORTIVOS, ARTÍSTICO-CULTURAL E RELIGIOSO
CLASSIFICAÇÃO DOS EVENTOS E DEFINIÇÃO DE PÚBLICO
CARACTERÍSTICAS DE FEIRAS E MEGAEVENTOS
TIPOLOGIA DOS EVENTOS: CORPORATIVOS E SOCIAIS

AULA 4

O QUE É ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA
DO MARKETING DE MASSA AO MARKETING DE EXPERIÊNCIA
ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA NO MERCADO
ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS DO MACRO E MICROAMBIENTE DE MARKETING
ESTRATÉGIAS DE VENDAS X ESTRATÉGIAS DE MARKETING

AULA 5

O QUE É PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
ORÇAMENTO DO EVENTO
PRINCIPAIS ETAPAS DO PLANEJAMENTO
COMO CONQUISTAR PATROCÍNIO
AVALIAÇÃO FINAL E PRESTAÇÃO DE CONTAS

AULA 6

INTRODUÇÃO AO CERIMONIAL E PROTOCOLO
COMPOSIÇÃO DE MESA
CERIMONIAL EMPRESARIAL
ORDEM GERAL DE PRECEDÊNCIA E SÍMBOLOS NACIONAIS
REGRAS E NORMAS DO CERIMONIAL PÚBLICO

BIBLIOGRAFIAS

- KOTLER, Philip. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- FRIEDMAN, Thomas L. O mundo é plano: o mundo globalizado no século XXI. 3.ed. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

DISCIPLINA:

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E O 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**

- CARTÃO BNDES. BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Disponível em: <https://www.cartaobndes.gov.br/cartaobndes>.
- 6 FERRAMENTAS para fazer o planejamento estratégico do próximo ano. Endeavor Brasil, 6 nov. 2015. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2015/11/6-ferramentas-para-fazer-o-planejamento-estrategico-do-proximo-ano.html>.
- FINAME. BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/finame>.

DISCIPLINA:

CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS

RESUMO

Apresentaremos aqui o conceito de contabilidade de custos e política de preços e teremos a abordagem conceitual de custo, gasto, despesas e perdas. Explicaremos a classificação de custo fixo e variável, de custo direto e indireto além da classificação das despesas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA1

CONCEITO DE CONTABILIDADE DE CUSTOS E POLÍTICA DE PREÇOS
ABORDAGEM CONCEITUAL: GASTO CUSTO, DESPESA E PERDAS
CLASSIFICAÇÃO DE CUSTO DIRETO E INDIRETO
CLASSIFICAÇÃO DE CUSTO FIXO E VARIÁVEL
CLASSIFICAÇÃO DAS DESPESAS

AULA 2

A IMPORTÂNCIA DO PREÇO NA ESTRATÉGIA COMERCIAL
CUSTOS E SUA INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE PREÇOS
SISTEMAS DE CUSTEIO
ANÁLISE DO BREAK-EVEN-POINT
CUSTOS FINANCEIROS NAS OPERAÇÕES COMERCIAIS

AULA 3

MARKUP DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
MÉTODOS DE DEFINIÇÃO DE PREÇOS: BASEADOS EM CUSTOS
MÉTODOS DE DEFINIÇÃO DE PREÇOS: BASEADOS NA DEMANDA
MÉTODOS DE DEFINIÇÃO DE PREÇOS: BASEADOS NA CONCORRÊNCIA
MODELO DE FORMAÇÃO DE PREÇO BASEADO NA PERCEPÇÃO DE VALOR PELO CLIENTE

AULA 4–

PREÇO COM BASE NO CUSTO PLENO OU ABSORÇÃO
PREÇO COM BASE CUSTO DE TRANSFORMAÇÃO OU CONVERSÃO
PREÇO COM BASE NO CUSTO MARGINAL
PREÇO COM BASE NA TAXA DE RETORNO EXIGIDA SOBRE O CAPITAL INVESTIDO
PREÇO COM BASE NO CUSTO PADRÃO

AULA 5

INCIDÊNCIA DE IMPOSTOS E TRIBUTOS
LUCRO REAL
LUCRO PRESUMIDO
SUPER SIMPLES
FATORES QUE IMPACTAM OS PREÇOS

AULA 6

MARGEM BRUTA
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO
MARGEM LÍQUIDA
RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO
RETORNO SOBRE O PATRIMÔNIO LÍQUIDO

BIBLIOGRAFIAS

- SITE CONTÁBIL. Qual é o custo da sua empresa. [s.d.]. Disponível em: <https://sitecontabil.com.br/noticias/artigo.php?id=290>.
- ZANLUCA, J. S. Custo ou despesa. Portal de Contabilidade, [s.,d.]. Disponível em: <http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/custo-ou-despesa.htm>.
- DICIONÁRIO FINANCEIRO. Qual a diferença entre custo e despesa? [s.d.]. Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/custo-e-despesa/>.

DISCIPLINA:

ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS E RECREATIVOS

RESUMO

Muitas vezes, estar à frente das inúmeras atividades que envolvem a organização de eventos esportivos e recreativos pode ser uma tarefa estressante. Nesta disciplina será abordado os principais elementos com os quais você precisará lidar nas etapas de planejamento, programação, gerenciamento e execução desses eventos. Descubra como produzir eventos que sejam únicos, radiantes e inesquecíveis!

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

O QUE É UM EVENTO?
O QUE É UM EVENTO ESPORTIVO E RECREATIVO?
SOBRE AS ATIVIDADES ESPORTIVAS
SOBRE AS ATIVIDADES RECREATIVAS
DIFERENÇAS E APROXIMAÇÕES ENTRE EVENTOS ESPORTIVOS E RECREATIVOS

AULA 2

O QUE É UM PROJETO?
O QUE É GERENCIAMENTO DE PROJETOS?
UMA PROPOSTA METODOLÓGICA: PROJECT MODEL CANVAS
METODOLOGIA PROJECT MODEL CANVAS
CANVAS E PLANEJAMENTO DE EVENTOS ESPORTIVOS E RECREATIVOS

AULA 3

JUSTIFICATIVA
OBJETIVOS SMART
BENEFÍCIOS
PRODUTO DO PROJETO: O EVENTO ESPORTIVO E RECREATIVO
REQUISITOS DOS EVENTOS ESPORTIVOS E RECREATIVOS

AULA 4

STAKEHOLDERS EXTERNOS
EQUIPE/STAFF
PREMISSAS
ENTREGA
RESTRIÇÕES

AULA 5

RISCOS
LINHA DO TEMPO
CUSTOS
FECHANDO O PROJETO E EXECUTANDO O EVENTO
CAPTAÇÃO DE RECURSOS

AULA 6

COMPETIÇÕES ESPORTIVAS E SISTEMAS DE DISPUTAS
ELIMINATÓRIA
RODÍZIO
ESCALAS
COMBINAÇÕES

BIBLIOGRAFIAS

- MARTINS, D. J. Q. Planejamento de eventos esportivos e recreativos. Curitiba: InterSaberes, 2018.
- MATIAS, M. Organização de eventos: procedimentos e técnicas. 6. ed. rev. atualiz. Barueri, SP: Manole, 2013.
- MALLIN, C.; ADAMS, L. J. Gestão de eventos esportivos, recreativos e turísticos: dimensões teóricas e práticas. Barueri, SP: Manole, 2013.

DISCIPLINA:

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

RESUMO

Nesta disciplina vamos trabalhar com questões relacionadas à importância das etapas de um Evento, assim como os principais conceitos e etapas para a Captação de Recursos necessários para a realização dos mais diversos tipos de eventos. Para isso, será necessário relembrar as principais etapas de desenvolvimento e concepção, para que consigamos ter a percepção macro de como o evento será realizado e quais são as informações importantes para conseguir captar recursos para ele.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

GESTÃO DE EVENTOS
PLANEJAMENTO DO EVENTO (PROJETO)
ETAPAS DO PROJETO
FASES DO PROJETO VERSUS FASES DO EVENTO
GESTÃO DO PROJETO: EXECUÇÃO, CONTROLE, AVALIAÇÃO E ENCERRAMENTO

AULA 2

CONTEXTO DE CAPTAÇÃO DE FINANCIAMENTO DE PROJETOS

FUNDRAISING

TIPOLOGIA E ORIGENS DE RECURSOS

CONDICIONANTES LEGAIS

ELABORANDO PROJETOS SOCIAIS: INTRODUÇÃO

AULA 3

ETAPAS ORGANIZACIONAIS PARA A CAPTAÇÃO DE RECURSOS

COMPETÊNCIAS DO CAPTADOR

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

IMPLEMENTAÇÃO DAS AÇÕES

AValiação E MONITORAMENTO

AULA 4

CONSTRUÇÃO DE PARCERIAS PARA SUSTENTABILIDADE DE PROJETOS

SUCESSO DA PARCERIA

O PAPEL DO MARKETING DE RELACIONAMENTO E DA COMUNICAÇÃO

FERRAMENTAS PARA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

MÍDIAS SOCIAIS E SUA IMPORTÂNCIA

AULA 5

MANEIRAS DE SE CAPTAR

COMO ACESSAR AS FONTES DE FINANCIAMENTO

VANTAGENS E DESAFIOS EM TRABALHAR COM CADA FONTE

GERAÇÃO DE RECURSOS PRÓPRIOS

RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE

AULA 6

FINANÇAS E SUA IMPORTÂNCIA

AS CONTRADIÇÕES DA ÉTICA EMPRESARIAL

A ÉTICA NA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

A ÉTICA NO USO DE RECURSOS

O CÓDIGO DE ÉTICA E OS PADRÕES DA PRÁTICA PROFISSIONAL

BIBLIOGRAFIAS

- GIORNI, S. Profissional de Secretariado na Coordenação de Eventos. Belo Horizonte: Ophicina de Arte& Prosa, 2015.
- PMBOK, GUIDE. Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos. – 5.º Edição.
- SANTOS, A. dos; et al. Captação de recursos para projetos sociais. Curitiba: Intersaberes, 2012.
- DRUCKER, P. F. People and Performance: The Best of Peter Drucker on Management, 1977.

DISCIPLINA:

SERVIÇOS E PRODUTOS RELACIONADOS À SAÚDE

RESUMO

A Vigilância Sanitária tem várias ações relacionadas à inspeção, orientação, investigação e risco sanitário. Vamos conhecer a história da promoção, prevenção e recuperação da saúde para podermos compreender como foi o desenvolvimento dos conceitos e a importância dessas ações na qualidade de vida da população. Vamos ver quais são as

ações de promoção e prevenção à saúde, entendendo por que a Vigilância Sanitária está ligada a legislações específicas para cada tipo de serviço e produto relacionado à saúde. Iremos conhecer quais são as legislações de base para as ações da promoção da saúde.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO

LEGISLAÇÃO – PROMOÇÃO DA SAÚDE

MODELOS EXPLICATIVOS DO PROCESSO SAÚDE-DOENÇA

CAMPOS DE AÇÃO DA PROMOÇÃO À SAÚDE

ALGUNS CONCEITOS EM SAÚDE

AULA 2

INTRODUÇÃO

LEGISLAÇÃO PARA O EMBASAMENTO DA VIGILÂNCIA SANITÁRIA E MARCOS LEGAIS

POLÍTICA NACIONAL DA VIGILÂNCIA EM SAÚDE

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA)

ATUAÇÃO DA VIGILÂNCIA SANITÁRIA

AULA 3

INTRODUÇÃO

ATIVIDADES DA VISA E O PAPEL DOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE

O PAPEL DAS VIGILÂNCIAS EPIDEMIOLÓGICA E SAÚDE AMBIENTAL E A INTERFACE COM A VISA

O PAPEL DA SAÚDE DO TRABALHADOR E A INTERFACE COM A VISA

OS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO EM SAÚDE E A VIGILÂNCIA SANITÁRIA

AULA 4

INTRODUÇÃO

AS BASES LEGAIS PARA UMA INSPEÇÃO SANITÁRIA

A INSPEÇÃO SANITÁRIA E A ATUAÇÃO DOS TÉCNICOS DA VIGILÂNCIA SANITÁRIA

O PAPEL DA SAÚDE AMBIENTAL, EPIDEMIOLÓGICA E DO TRABALHADOR E

INTERFACE COM A VIGILÂNCIA SANITÁRIA

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NA VIGILÂNCIA SANITÁRIA

AULA 5

INTRODUÇÃO

AS BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO (BPF) E O PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS PADRÃO (POP)

A FISCALIZAÇÃO DE PROPAGANDA

OS PRODUTOS REGISTRADOS E SUA IMPORTÂNCIA

PREVENÇÃO DE EVENTOS ADVERSOS

AULA 6

INTRODUÇÃO

CONTROLE DE QUALIDADE DOS MEDICAMENTOS

AUTORIZAÇÃO DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA

CONTROLE DE QUALIDADE DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DE SAÚDE

ATIVIDADES EDUCATIVAS NA VIGILÂNCIA SANITÁRIA

BIBLIOGRAFIAS

- BRASIL. Lei n. 8.080, de 19 de Setembro de 1990. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8080.htm.
- ALMEIDA, L. I. V. et al., Campos de ação da promoção da saúde: experiências de um município paulista. Congresso Brasileiro Interdisciplinar de Promoção da Saúde. 2016. Disponível em: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/CBIPS/article/view/16004>.
- BUSS, Paulo Marchiori; PELLEGRINI FILHO, Alberto. A saúde e seus determinantes sociais. Physis, v. 17, n. 1, p. 77-93, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/physis/v17n1/v17n1a06.pdf>.

DISCIPLINA:
EMPREENDEDORISMO

RESUMO

Normalmente, entre duas possibilidades de percorrer trilhas em uma floresta, aquele menos percorrido aponta restrições ou dificuldades. Seja devido às questões de proteção ambiental que impedem o acesso, ou até mesmo um rio, vegetação densa, topografia inclinada, entre outros problemas. E se fizemos uma analogia com as nossas escolhas na vida? Qual seria a relação entre essas dificuldades ou restrições com as nossas escolhas? O que temos percorrido até então? O caminho menos percorrido é o menos “experenciado”, ou seja, entende-se que ainda há potencialidade para novas descobertas. É neste cenário que o empreendedor se identifica, se reconhece e se realiza.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO
ESSÊNCIA E EXISTÊNCIA
DESENVOLVIMENTO PESSOAL
CONCEITO DE SI E MBTI
CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR E TEORIA DAS INTELIGÊNCIAS MÚLTIPLAS

AULA 2

INTRODUÇÃO
ESTUDO DO PERFIL EMPREENDEDOR E APLICAÇÃO DO CONCEITO DE SI
APLICAÇÃO DO MYERS-BRIGGS TYPE INDICATOR – MBTI
APLICAÇÃO “CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR” (CCE)
APLICAÇÃO DE TEORIA DAS INTELIGÊNCIAS MÚLTIPLAS

AULA 3

INTRODUÇÃO
APLICAÇÃO DE FEEDBACK
ANÁLISE GERAL DE PERFIL EMPREENDEDOR
APLICAÇÕES DA ANÁLISE SWOT (FORÇA E FRAQUEZAS)
APLICAÇÕES DA ANÁLISE SWOT (OPORTUNIDADES E AMEAÇAS) E CRUZAMENTO DE DADOS

AULA 4

INTRODUÇÃO
CRIATIVIDADE: UM PROCESSO DE APRENDIZAGEM
CRIATIVIDADE: TÉCNICAS, PRÁTICAS E PENSAMENTOS
OPORTUNIDADES: ELAS EXISTEM?
PROCESSO VISIONÁRIO

AULA 5

INTRODUÇÃO
TÉCNICAS 5W2H INDIVIDUALIZADA
ANÁLISE DE RISCOS
DISCIPLINA
PLANEJAMENTO: DE EMPREENDEDOR EXECUTOR PARA GESTOR PARA LÍDER PARA COACH

AULA 6

INTRODUÇÃO
TÉCNICAS E AÇÕES PRÁTICAS DO NETWORKING
A ARTE DE PERSUADIR POSITIVAMENTE
MOTIVAÇÃO
INSPIRAÇÃO PARA O SUCESSO: SIM OU NÃO?

BIBLIOGRAFIAS

- WE FORUM. Disponível em: <https://www.weforum.org>.

- DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
- DRUCKER. P. F. Inovação e Espírito Empreendedor. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

DISCIPLINA:
VIAGENS E REUNIÕES – CERIMONIAL E PROTOCOLO
RESUMO
No cerimonial de eventos, é necessário estar atento aos ritos que orientam cada tipo de evento. Já quando abordamos o termo protocolo, observamos que ele surgiu para regulamentar o evento, estabelecendo posições e tratamentos a cada personalidade. Lins (2006, p. 13) afirma ser o protocolo um “conjunto de normas para conduzir atos oficiais sob regras de diplomacia, tais como ordem geral e precedência”. Desta forma, podemos dizer que o protocolo codifica as regras que regem o cerimonial, define a precedência, formas de tratamento, lugares, trajes e regulamenta o uso de Símbolos Nacionais. Por meio dele, permite-se atingir o resultado almejado ao evento, já que cada ato ou atividade são corretamente planejados e adequados.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 À AULA 6 VÍDEO 1 AO VÍDEO 4
BIBLIOGRAFIAS
• CZAJKOWSKI, A; CZAJKOWSKI JUNIOR, S. Eventos: uma estratégia baseada em experiências. Curitiba: Intersaberes, 2017. • JESUS, A. Manual de cerimonial, protocolo e eventos. Guia prático para o dia a dia. SC: Caçador. 2.ed. rev. e amp, autor, 2015. • YANES, A. Cerimonial protocolo e etiqueta em eventos. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

DISCIPLINA:
TÉCNICA DIETÉTICA E GASTRONOMIA APLICADA A ESTÉTICA
RESUMO
O termo gastronomia tem origem em gastros (“estômago”) e nomia (“conhecimento” ou “lei”), referindo-se assim à alimentação, comida, bebida e também à culinária.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 INTRODUÇÃO EVOLUÇÃO DO COMPORTAMENTO ALIMENTAR COMPOSIÇÃO DOS ALIMENTOS ALIMENTOS FUNCIONAIS BIODISPONIBILIDADE DE NUTRIENTES
AULA 2 INTRODUÇÃO POLIFENÓIS ANTOCIANINAS E PROANTOCIANIDINAS CAROTENÓIDES POLIFENÓIS ESTILBENOS
AULA 3 INTRODUÇÃO

TÉCNICAS DE PREPARO – PRÉ-PREPARO
TÉCNICAS DE PREPARO – PREPARO E COCÇÃO
TÉCNICAS DE PREPARO – MODIFICAÇÕES POR PROCESSOS BIOLÓGICOS E ENZIMÁTICOS
TÉCNICAS DE PREPARO – DICAS PARA MÉTODOS DE COCÇÃO

AULA 4

INTRODUÇÃO
INGREDIENTES: QUAIS SUBSTITUTOS?
DIETAS RESTRITIVAS
DIETAS DA MODA E TRANSTORNOS ALIMENTARES
EQUILÍBRIO ALIMENTAR EM ESTÉTICA

AULA 5

INTRODUÇÃO
NUTRIENTES, ALIMENTOS E ACNE
NUTRIÇÃO E ENVELHECIMENTO CUTÂNEO
NUTRIENTES, ALIMENTOS E ENVELHECIMENTO CUTÂNEO
GASTRONOMIA NA ACNE E ENVELHECIMENTO CUTÂNEO (RECEITAS)

AULA 6

INTRODUÇÃO
SÍNDROME DAS UNHAS FRÁGEIS
SÍNDROME DA DESARMONIA CORPORAL
CELULITE
GASTRONOMIA NA SÍNDROME DA ALOPÉCIA, UNHAS FRÁGEIS E DESARMONIA CORPORAL

BIBLIOGRAFIAS

- O QUE a série Cooked pode nos ensinar sobre alimentação. Hashitag, 25 ago. 2017. Disponível em: <https://hashitag.com.br/serie-cooked/>.
- VIAJANTE, M. Cooked: documentário que todo apaixonado por comida deveriam assistir, 10 fev. 2017. Disponível em: <https://magalivijante.com/cookeddocumentario-todo-apaixonado-comida-deveria-assistir/>.
- MOREIRA, A. nG. et al. Práticas de hospitalidade e educação na gastronomia: um estudo em São Paulo – SP, Brasil. Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade, v. 9, n. II, p. 216-227, abr./jun. 2017.

DISCIPLINA:

NOVAS TECNOLOGIAS EM PESQUISA MERCADOLÓGICA

RESUMO

Querido(a) aluno(a), seja muito bem-vindo(a). Contudo, para você compreender essas novas metodologias, primeiro é necessário ter uma noção bem clara de conceitos e ferramentas das pesquisas tradicionais. Porém, o objetivo principal desta disciplina é apresentar a você o que tem surgido de novo no contexto da pesquisa de mercado. Obviamente, por conta de nosso mundo estar cada vez mais "acelerado", as tecnologias evoluem cada vez mais rapidamente. Portanto, pode ser que ao ler estas páginas algumas novidades já tenham se tornado comuns. Mas não temos como prever. Ou temos? Vamos descobrir!

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO
TIPOS DE PESQUISA
EVOLUÇÃO DA PESQUISA
NOVO CONTEXTO DA PESQUISA MERCADOLÓGICA
BIG DATA

AULA 2

INTRODUÇÃO
PESQUISAS POR QR CODE
GRUPO FOCAL ON-LINE
ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE COM WEBCAM
NETNOGRAFIA

AULA 3

INTRODUÇÃO
ETNOGRAFIA MOBILE
SMARTBOARDS
SCRAPBOOKING
PESQUISA OBSERVACIONAL

AULA 4

INTRODUÇÃO
REALIDADE VIRTUAL E REALIDADE AUMENTADA
VIRTUAL SHOPPING
GAMIFICAÇÃO
WEARABLE

AULA 5

INTRODUÇÃO
PESQUISA POR TOTEM
MOBILE
VOX POPS
GEOLOCALIZAÇÃO

AULA 6

INTRODUÇÃO
REDES SOCIAIS I
REDES SOCIAIS II
PESQUISAS EM NEUROMARKETING I
PESQUISAS EM NEUROMARKETING II

BIBLIOGRAFIAS

- DEFINITIONS of Marketing. AMA - American Marketing Association, 2017. Disponível em: <<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>>.
- GIARDELLI, G. Como o big data está mudando o mercado. Exame, 15 maio 2015. Disponível em: <<https://exame.com/carreira/como-o-big-data-esta-mudando-mercado/>>.