

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO **EDUCACIONAL E EMPRESARIAL**

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO EDUCACIONAL E EMPRESARIAL

| |
|--|
| DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING |
| RESUMO |
| Nesta disciplina iremos passear pelos conceitos de comunicação integrada e de outras áreas que a compõem para compreender seu papel, relevância e aplicação para os profissionais, marcas, organizações e mercados. Estudando seus fundamentos e benefícios, vamos poder nos posicionar, como profissionais, sobre essa disciplina e como ela atua no mercado. |
| CONTEÚDO PROGRAMÁTICO |
| AULA 1 INTRODUÇÃO FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA AS GRANDES ÁREAS DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA BENEFÍCIOS DA COMUNICAÇÃO INTEGRADAS COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA |
| AULA 2 INTRODUÇÃO A TECNOLOGIA E AS MUDANÇAS NO PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA A COMUNICAÇÃO E AS ORGANIZAÇÕES IMAGEM, REPUTAÇÃO E COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE OS PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA |
| AULA 3 INTRODUÇÃO FERRAMENTAS TRADICIONAIS I FERRAMENTAS TRADICIONAIS II FERRAMENTAS COMPLEMENTARES FERRAMENTAS INOVADORAS |
| AULA 4 INTRODUÇÃO ANÁLISE DO PROBLEMA OU DA OPORTUNIDADE DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO SELEÇÃO DE PÚBLICO-ALVO DEFINIÇÃO DA MENSAGEM |
| AULA 5 INTRODUÇÃO DEFINIÇÃO DE ORÇAMENTO (PARTE 1) DEFINIÇÃO DE ORÇAMENTO (PARTE 2) DESENHO ESTRATÉGICO E IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO (PARTE 1) DESENHO ESTRATÉGICO E IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO (PARTE 2) |
| AULA 6 |

INTRODUÇÃO

ASPECTOS LEGAIS DA COMUNICAÇÃO
STORYTELLING, CONCEITOS E BENEFÍCIOS
STORYTELLING, APLICAÇÃO TÉCNICA
ESTUDO DE CASOS

BIBLIOGRAFIAS

- CORREA, R. de B. R. Comunicação integrada de Marketing. Saraiva, 2017.
- HALLAHAN, K. et al. Defining Strategic Communication. International Journal of Strategic Communication, v. 1, n. 1, p. 3-35, 2007.
- VASCONCELOS, L. R. Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. Summus Editorial, 2009.

DISCIPLINA:

ORIENTAÇÃO E SUPERVISÃO EDUCACIONAL

RESUMO

O objetivo dessa disciplina é promover uma reflexão sobre as questões históricas relativas à administração, para que, assim, possamos compreender a evolução desse conceito e sua aplicabilidade à educação, buscando contribuir para a ressignificação do papel do pedagogo frente à gestão educacional da escola, já que este deve ser o mediador da prática educativa escolar.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

HISTÓRIA E AS TEORIAS DA ADMINISTRAÇÃO
FASES DA EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ADMINISTRAÇÃO
TGA
ADMINISTRAÇÃO EMPRESARIAL X ADMINISTRAÇÃO ESCOLAR
TEORIAS ADMINISTRATIVAS E SUA RELAÇÃO COM A GESTÃO EDUCACIONAL

AULA 2

A EMPRESA E A ESCOLA
A ORGANIZAÇÃO DA EMPRESA
A ORGANIZAÇÃO DA ESCOLA
ESCOLA: EDUCAÇÃO
ESCOLA VERSUS NOVAS GERAÇÕES

AULA 3

CONCEITO DE GESTÃO
GESTÃO EDUCACIONAL
GESTÃO ESCOLAR
GESTÃO ESCOLAR VERSUS GESTÃO EMPRESARIAL
O TRABALHO NA ESCOLA

AULA 4

A FUNÇÃO DA ESCOLA BÁSICA
CONCEPÇÕES DA GESTÃO ESCOLAR
GESTÃO ESCOLAR DEMOCRÁTICA
OS FUNDAMENTOS DA GESTÃO ESCOLAR DEMOCRÁTICA
GESTÃO DA QUALIDADE TOTAL

AULA 5

PRÁXIS DA GESTÃO ESCOLAR
A UTOPIA NA PRÁXIS ESCOLAR
LIMITES NA PRÁXIS ESCOLAR
DESAFIOS NA PRÁXIS ESCOLAR
PAPEL DO GESTOR NO ESPAÇO ESCOLAR

AULA 6

ÓRGÃOS COLEGIADOS
GESTÃO E OS ÓRGÃOS COLEGIADOS
CONSTRUÇÃO COLETIVA DO PROJETO POLÍTICO-PEDAGÓGICO (PPP)
GESTÃO E O PPP
GESTÃO E O PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

BIBLIOGRAFIAS

- BARTNIK, Helena L. de Souza. Gestão Educacional. Curitiba: Ibpex, 2011.
- CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a teoria geral da administração. 7ª ed. São Paulo: Campus, 2004.
- MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DISCIPLINA:

FINANÇAS CORPORATIVAS

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.
- SELEME, R. B. Diretrizes e práticas da gestão financeira e orientações tributárias. 1. ed. Curitiba: Ibpex, 2010.

DISCIPLINA:

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

RESUMO

A disciplina apresentará a evolução dos conceitos, os princípios e objetivos da comunicação organizacional, sua importância, evolução e crescimento, o ato de comunicação, os elementos e níveis de linguagem. Também tratará sobre o processo nas organizações: níveis, barreiras, fluxos e redes (formal e informal), a comunicação organizacional e a administração atual. Falaremos ainda sobre a situação do mercado e os efeitos da globalização, as formas de comunicação nas organizações, gerencial e administrativa, o endomarketing e sua importância para a gestão nas organizações, sua relação com a organização da empresa e a administração das pessoas, seus canais e técnicas, comunicação institucional, imagem organizacional e a função da comunicação integrada.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

CONCEITO
FUNÇÕES E PROCESSOS
POLÍTICAS
ESTRATÉGIA
FUNDAMENTOS TEÓRICOS

AULA 2

COMUNICAÇÃO INTERNA
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA
COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA
COMUNICAÇÃO INTEGRADA

AULA 3

CONEXÃO COM OS PÚBLICOS
FUNCIONÁRIOS
CLIENTES
STAKEHOLDERS
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL MODERNA

AULA 4

FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO INTERNA
FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA
FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA
LINGUAGENS

AULA 5

FLUXO DE COMUNICAÇÃO ASCENDENTE
FLUXO DE COMUNICAÇÃO DESCENDENTE
FLUXO DE COMUNICAÇÃO HORIZONTAL
FLUXO DE COMUNICAÇÃO CIRCULAR
FLUXO DE COMUNICAÇÃO TRANSVERSAL

AULA 6

QUEM É O PROFISSIONAL DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL?
A COMUNICAÇÃO NÃO VIOLENTA
ERA DIGITAL
PRINCIPAIS DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS

BIBLIOGRAFIAS

- CHIAVENATO, I. Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações. 3. ed. São Paulo: Manole, 2014.
- ENDEAVOR BRASIL. Comunicação organizacional: um por todos, todos pelos resultados. Endeavor Brasil, 8 jul. 2015. Disponível em: <https://endeavor.org.br/pessoas/comunicacao-organizacional/>.

- GOULART, F. Funções da comunicação organizacional. RH Portal, 2 set. 2015. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/funes-da-comunicaooorganizacional/>.

| DISCIPLINA: |
|--|
| ADMINISTRAÇÃO DE INSTITUIÇÕES ESCOLARES |
| RESUMO |
| Nesta disciplina iremos contextualizar as teorias da administração e traçar um paralelo com o trabalho da gestão na escola. Você irá compreender que as teorias da administração estão muitas vezes ligadas a uma lógica empresarial, a qual nós professores, pedagogos e diretores não nos sentimos à vontade para experienciar em nossas práticas pedagógicas. |
| CONTEÚDO PROGRAMÁTICO |
| AULA 1 TENDÊNCIAS PEDAGÓGICAS DE BASES GERENCIAIS NA HISTÓRIA DA EDUCAÇÃO BRASILEIRA ORGANISMOS MULTILATERAIS E AS INFLUÊNCIAS SOBRE A POLÍTICA PÚBLICA EDUCACIONAL NO BRASIL A LDB E A GESTÃO DEMOCRÁTICA A GESTÃO EDUCACIONAL NA PERSPECTIVA DO TRABALHO COLETIVO |
| AULA 2 O TRABALHO NA EDUCAÇÃO INFANTIL O TRABALHO COM A ALFABETIZAÇÃO NOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL O TRABALHO COM A EDUCAÇÃO ESPECIAL O PEDAGOGO E O PROJETO POLÍTICO-PEDAGÓGICO COMO INSTRUMENTO DA GESTÃO DEMOCRÁTICA |
| AULA 3 TRABALHO COM A DIVERSIDADE DE APRENDIZAGENS NA ESCOLA PEDAGOGO E OS PROCESSOS DE FORMAÇÃO CONTINUADA NA ESCOLA PEDAGOGO E AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM NA PERSPECTIVA FORMATIVA ATENDIMENTO PEDAGÓGICO EM AMBIENTE HOSPITALAR E DOMICILIAR |
| AULA 4 TRABALHO DO DIRIGENTE ESCOLAR E DO PEDAGOGO NA GESTÃO DEMOCRÁTICA CONSELHOS ESCOLARES E GESTÃO DEMOCRÁTICA DA ESCOLA PÚBLICA GESTÃO FINANCEIRA DESCENTRALIZADA: NOVAS DEMANDAS PARA A ESCOLA PÚBLICA ASSOCIAÇÕES DE PAIS E GRÊMIOS ESTUDANTIS - INSTÂNCIAS DE GESTÃO COLEGIADA |
| AULA 5 O PLANO NACIONAL DA EDUCAÇÃO 2014/2024 COMO INSTRUMENTO DE PLANEJAMENTO DA EDUCAÇÃO NACIONAL DESAFIOS DA EDUCAÇÃO INFANTIL NO PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO 2014/2024 |

DESAFIOS DO ENSINO FUNDAMENTAL NO PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO
2014/2024

DESAFIOS DO ENSINO MÉDIO NO PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO 2014/2024

AULA 6

PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO E DESAFIOS DO MAGISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
BÁSICA

IMPORTÂNCIA DOS ESPAÇOS COLETIVOS NA ESCOLA PARA O TRABALHO
PEDAGÓGICO

IMPORTÂNCIA DO PLANO DE AÇÃO DO PEDAGOGO PARA O PROCESSO DO
ENSINO-APRENDIZAGEM

AVALIAÇÕES DOS SISTEMAS DE ENSINO E AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL COMO
INSTRUMENTOS DA GESTÃO DEMOCRÁTICA

BIBLIOGRAFIAS

- PARO, V. H. Gestão democrática da escola pública. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2016.
- SAVIANI, D. História das ideias pedagógicas no Brasil. 3. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2011.
- SHIROMA, E. O.; MORAES, M. C. M.; EVANGELISTA, O. Política educacional. 4. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2011.

DISCIPLINA:

MARKETING DIGITAL E NOVAS MÍDIAS

RESUMO

Quando falamos de marketing digital, falamos de informações dos usuários na rede que são utilizadas por empresas. Dados são o recurso mais valioso para o mercado. É fácil encontrar todo tipo de informações online, mas o mais difícil é obter informações verdadeiras e úteis, e, esta disciplina, revelará como é importante poder contar com fontes de dados confiáveis e verificáveis.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

GOOGLE TRENDS
PLANEJADOR DE PALAVRAS-CHAVE
GOOGLE SEARCH CONSOLE
FACEBOOK AUDIENCE INSIGHTS

AULA 2

GOOGLE ANALYTICS: CONFIGURAÇÃO E FILTROS
GOOGLE ANALYTICS: CRIANDO METAS
GOOGLE ANALYTICS: DIMENSÕES SECUNDÁRIAS E RELATÓRIOS
PERSONALIZADOS
DATA STUDIO

AULA 3

ESTRUTURAR UM MODELO DE CRM
CUSTOMER DATA PLATFORM
HTML
APRENDER HTML

AULA 4

GESTÃO DE EQUIPES DE MARKETING
FERRAMENTAS PARA ESTRATÉGIA DE MARKETING
PIPEFY E GESTÃO DE PROCESSOS
AIRTABLE E GESTÃO DE PROJETOS

AULA 5

SEO
FATORES DE INFLUÊNCIA PARA O SEO
CRIANDO TEXTO COM SEO
BLACK HAT E PRÁTICAS ABUSIVAS

AULA 6

CORE WEB VITALS
TAG MANAGER
GOOGLE OPTIMIZE
REVISÃO DE TERMOS COMUNS

BIBLIOGRAFIAS

- EUROPEAN SPACE AGENCY. Disponível em: https://www.esa.int/ESA_Multimedia/Videos/2020/09/ESA_Masterclass_Paolo_Ferri_on_communication_and_teamwork.
- FACEBOOK AUDIENCE INSIGHT. Disponível em: <https://business.facebook.com/>.
- GOOGLE ADS. Disponível em: <https://ads.google.com/>.

DISCIPLINA:

COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA

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 empostada 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 1 À 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.
- REGO, A. Comunicação pessoal e organizacional: teoria e prática. 3. ed. Lisboa: Sílabo, 2013.

| |
|--|
| DISCIPLINA: ANÁLISE, DOCUMENTAÇÃO E CONDUÇÃO DO PROCESSO DE AUDITORIA |
| RESUMO |
| Para iniciarmos nossa disciplina, devemos retornar ao passado e entender um pouco sobre a história da auditoria e a sua evolução ao longo do tempo. Conforme Maffei (2015), a palavra auditoria é originada do latim audire, que significa “ouvir” – o que se relaciona diretamente com a essência dessa atividade. |
| CONTEÚDO PROGRAMÁTICO |
| AULA 1 CONTROLES INTERNOS POSICIONAMENTO DA AUDITORIA INTERNA ABRANGÊNCIA DE ATUAÇÃO DA AUDITORIA INTERNA NORMAS DE AUDITORIA INTERNA |
| AULA 2 CÓDIGO DE ÉTICA PARA O EXERCÍCIO DA FUNÇÃO REQUISITOS E ATRIBUIÇÕES DO AUDITOR INTERNO QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DO AUDITOR INTERNO CAPACITAÇÃO CONTINUADA DO AUDITOR INTERNO |
| AULA 3 PROCEDIMENTOS E TÉCNICAS DE AUDITORIA INTERNA RISCOS DE AUDITORIA INTERNA AMOSTRAGEM EVIDÊNCIAS E TESTES EM AUDITORIA INTERNA |
| AULA 4 EXECUÇÃO DO TRABALHO DE AUDITORIA INTERNA COMUNICAÇÃO DOS RESULTADOS DA AUDITORIA ACOMPANHAMENTO DAS PROVIDÊNCIAS TOMADAS DOCUMENTAÇÃO DA AUDITORIA: PAPÉIS DE TRABALHO |
| AULA 5 ESTRUTURAÇÃO E ORGANIZAÇÃO E DA ÁREA DE AUDITORIA AUTOMAÇÃO DOS PROCESSOS DE AUDITORIA INTERNA GESTÃO DA AUDITORIA INTERNA PLANEJAMENTO GLOBAL DA AUDITORIA INTERNA |
| AULA 6 GERENCIAMENTO DE RISCOS CORPORATIVOS (GRC) O PAPEL DA AUDITORIA BASEADA EM RISCOS - ABR AUDITORIA INTERNA E GOVERNANÇA CORPORATIVA AUDITORIA INTERNA E O COMITÊ DE AUDITORIA |
| BIBLIOGRAFIAS |
| <ul style="list-style-type: none">• ATTIE, W. Auditoria: conceitos e aplicações. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2018.• COSTA, R. S. Curso de Auditoria Interna. Rio de Janeiro: CRCRJ, 2015.• MAGNABOSCO, N. Auditoria prática: normas de auditoria interna e externa analisadas e comentadas. Curitiba: Íthala, 2018. |

| |
|--|
| DISCIPLINA: REGULAMENTAÇÃO E POLÍTICAS EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA |
| RESUMO |
| Na sociedade contemporânea, podemos observar um acelerado desenvolvimento tecnológico. Nesse contexto, precisamos compreender os Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo e Aprendizagem (SGCA) on-line, mais conhecidos como AVA, com um mínimo de conhecimento que permita uma atuação livre de medos e crenças, voltada para aprendizagem aberta. É uma bagagem que deve ser levada em todas as viagens efetuadas pelos agentes educacionais, pelos complexos meandros do ensino e aprendizagem em ambientes virtuais ou nos ambientes tradicionais enriquecidos com a tecnologia. |
| CONTEÚDO PROGRAMÁTICO |
| AULA 1 REPENSANDO A FORMA DE OFERTA DE CONTEÚDO AMBIENTES VIRTUAIS E A FILOSOFIA DO USO DA TECNOLOGIA EM EDUCAÇÃO CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTO APOIADO NA INTERNET CIBERPEDAGOGIA OU PEDAGOGIA DIGITAL |
| AULA 2 ESCOLAS VIRTUAIS E PORTAIS EDUCACIONAIS EM BUSCA DE UM LOCAL PARA ARMAZENAMENTO DE DADOS (CMS) AMPLIANDO O CONCEITO PARA ARMAZENAMENTO DE ATIVIDADES (LCMS) A FUNÇÃO DOS PROJETOS EDUCACIONAIS E INSTITUCIONAIS DE CURSO E O AVAS |
| AULA 3 A COMUNICAÇÃO MULTIDIRECIONAL NOS AVAS O QUE DEVE CONTER UM AVA COMO UM AVA DEVE SER UTILIZADO A FUNÇÃO DOS PROJETOS EDUCACIONAIS E INSTITUCIONAIS DE CURSO E OS AVAS |
| AULA 4 A ÁREA ADMINISTRATIVA E OS AVAS OS PROFESSORES E OS AVAS OS ALUNOS E OS AVAS A VISÃO SOCIAL DOS AVAS |
| AULA 5 UTILIZAÇÃO DE ROTAS DE APRENDIZAGEM O ACOMPANHAMENTO DO ALUNO (COACHING EDUCACIONAL) EVASÃO E RETENÇÃO DO ALUNO MOTIVAÇÃO DO ALUNO |
| AULA 6 O FUTURO DOS LCMSS COLABORAÇÃO E COOPERAÇÃO NO AVA |

COMUNIDADES DE PRÁTICAS VIRTUAIS
EDUCAÇÃO GLOBAL ON-LINE: O USO DE MOOCS E A EDUCAÇÃO ABERTA

BIBLIOGRAFIAS

- MATTAR, J. Metodologias ativas para a educação presencial blended e a distância. São Paulo: Artesanato Educacional, 2017.
- MOREIRA, M. A. O que é afinal a aprendizagem significativa? Currículo, La Laguna, 2012. Disponível em: <http://moreira.if.ufrgs.br/oqueeafinal.pdf>.
- MUNHOZ, A. S. O estudo em ambientes virtuais de aprendizagem: um guia prático. Curitiba: InterSaberes, 2013.

DISCIPLINA:

CRM - MARKETING DE RELACIONAMENTO

RESUMO

Nesta disciplina veremos que o marketing de relacionamento pode ser entendido como um conjunto de estratégias adotadas pelas empresas para incentivar, influenciar, conquistar e reter consumidores. Desenvolvido inicialmente pelo professor Evert Gummesson (2005), o conceito de marketing de relacionamento é entendido como a tarefa de criar forte lealdade dos consumidores a uma determinada marca. De acordo com Gummesson (2005, p. 23), o marketing de relacionamento é o marketing baseado em interações, em uma rede de relacionamento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

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

AULA 2

DESENVOLVENDO A CONEXÃO COM OS CLIENTES
DEFININDO O PÚBLICO-ALVO
O CICLO DO RELACIONAMENTO ENTRE EMPRESA E CLIENTE
O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO MARKETING DE RELACIONAMENTO

AULA 3

FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES
RETER: MAIS VANTAJOSO QUE CONQUISTAR
SATISFAÇA, EXPERIMENTE, ENGAJE: O FATOR UAU!
O JEITO DISNEY DE SE RELACIONAR COM O CLIENTE

AULA 4

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

AULA 5

AS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO MARKETING DE RELACIONAMENTO ONLINE
CUSTOMER SUCCESS (CS): GERENCIANDO O SUCESSO DO CLIENTE

CRM SOCIAL (SOCIAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)
AUTOMATIZE A INTERAÇÃO COM OS CLIENTES COM CHATBOT

AULA 6

MARKETING NA ERA DOS DADOS: ENTENDENDO O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
PERFIS IDEAIS DE CLIENTES: BUYER PERSONA
SOCIAL LISTENING
INFLUÊNCIA DIGITAL

BIBLIOGRAFIAS

- BORBA, V. R. Marketing de relacionamento para organizações de saúde. São Paulo: Atlas, 2004.
- CASES de sucesso SMark CRM: 3 empresas que conseguiram ótimos resultados. SMark CRM, 20 dez. 2019. Disponível em: <https://www.smark.com.br/blog/cases-de-sucesso-em-crm/>.
- COBRA, M. Administração de marketing no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DISCIPLINA:

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

RESUMO

Nos últimos anos, com o avanço da capacidade de processamento dos computadores, a Inteligência Artificial (IA) tem sido utilizada em diversos campos. O principal objetivo da IA é dotar de inteligência as máquinas. No entanto, será que as máquinas são capazes de serem inteligentes? A espécie humana está constantemente buscando identificar qualidades que a distinguem de outras espécies animais, tentando provar que certas qualidades nos tornam "humanos". A inteligência é uma delas. René Descartes afirmou a diferença fundamental entre humanos e animais em suas famosas palavras: Je pense donc je suis (Penso, logo existo). Segundo Descartes, estar ciente do processo de pensamento é o impulsionador do processo de evolução da espécie humana. Ele acreditava que os humanos podiam verificar sua existência através de seus processos de pensamento moldados pela experiência, enquanto os animais simplesmente seguem programas prefixados. Este conceito geralmente é rotulado como tábula rasa (folha em branco) e remonta a Aristóteles, a escola estoica, na Grécia antiga (Polansky, 2007).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

CONCEITO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
CONTEXTO HISTÓRICO E EVOLUÇÃO DA IA
ÁREAS DE PESQUISA E APLICAÇÕES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
RESOLUÇÃO CLÁSSICA DE PROBLEMAS COM IA - FORMULAÇÃO DE PROBLEMAS
RESOLUÇÃO CLÁSSICA DE PROBLEMAS COM IA - MÉTODOS DE BUSCA PARA SOLUÇÃO DE PROBLEMAS

AULA 2

O QUE OS DADOS DIZEM SOBRE SUA EMPRESA/NEGÓCIO
APRENDIZAGEM DAS MÁQUINAS SOBRE OS DADOS
APRENDIZAGEM DE MÁQUINA PROFUNDA (DEEP LEARNING)
QUANDO E ONDE A APRENDIZAGEM DE MÁQUINA PODE SER APLICADA NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL
CASE IBM WATSON

AULA 3

A SOCIEDADE E OS TRABALHADORES DO CONHECIMENTO
O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO COM BASE EM DADOS
A REPRESENTAÇÃO DO CONHECIMENTO NA IA
SISTEMAS BASEADOS EM CONHECIMENTO E SISTEMAS ESPECIALISTAS
APLICAÇÕES DE SISTEMAS BASEADOS EM CONHECIMENTO NO MEIO ORGANIZACIONAL

AULA 4

A COGNIÇÃO HUMANA REPRESENTADA PELA IA
REDES NEURAIS ARTIFICIAIS (RNAS)
DESAFIOS DAS REDES NEURAIS PROFUNDAS
COMPUTAÇÃO COGNITIVA
A COMPUTAÇÃO COGNITIVA NAS ORGANIZAÇÕES

AULA 5

CAPTURE DE VALOR E MUDANÇAS NOS PROCESSOS INDUSTRIAIS E CORPORATIVOS COM BASE NA IA
COMO DESENVOLVER A ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO ADEQUADA PARA IA
COMO AS ORGANIZAÇÕES NO BRASIL ESTÃO INVESTINDO EM IA
ADOÇÃO DA IA PELAS ORGANIZAÇÕES: CENÁRIO INTERNACIONAL
STARTUPS QUE TÊM NA IA SEU PRINCIPAL PRODUTO (BEM/SERVIÇO)

AULA 6

HABILIDADE DOS PROFISSIONAIS PARA TRABALHAREM COM IA
IA APLICADA PARA APOIAR A TOMADA DE DECISÃO
VANTAGEM COMPETITIVA POR MEIO DA IA
OPORTUNIDADES QUE A IA OFERECE PARA AMBIENTES DE NEGÓCIOS
DESAFIOS QUE A IA ENFRENTA NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS

BIBLIOGRAFIAS

- ANAND, S. Artificial Intelligence – Literature Review. Disponível em: <https://cis-india.org/internet-governance/files/artificial-intelligence-literaturereview>.
- BITTENCOURT, G: Inteligência Artificial: ferramentas e teorias. 2. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2001.
- FAUVEL, S.; YU, H. A Survey on Artificial Intelligence and Data Mining for MOOCs. Working Paper, 2016.

DISCIPLINA:

GESTÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO

RESUMO

Ao nos remetermos ao ambiente escolar, um dos profissionais que tomam a frente de inúmeras situações ocorridas no dia a dia educacional é, sem dúvida, o pedagogo. Com certeza você lembra desse profissional atuando em alguma escola em que estudou, assim como dos afazeres que ele exercia diariamente, porém, não imagina a grandeza e importância de suas ações para toda a comunidade escolar.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

ELEMENTOS DEFINIDORES DA ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO
A FUNÇÃO SOCIAL DA ESCOLA E A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO

AULA 2

A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO E A GESTÃO DEMOCRÁTICA
DESAFIOS PARA A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO COM BASE NO
PRINCÍPIO DA GESTÃO DEMOCRÁTICA

AULA 3

MECANISMOS DE AÇÃO COLETIVA NA ESCOLA
CONHECENDO OS MECANISMOS DE AÇÃO COLETIVA NA ESCOLA

AULA 4

PRINCÍPIOS ORIENTADORES DA ORGANIZAÇÃO DA REUNIÃO PEDAGÓGICA
CUIDADOS NA ORGANIZAÇÃO DAS REUNIÕES PEDAGÓGICAS

AULA 5

O QUE É O CONSELHO DE CLASSE?
DESAFIOS NA ORGANIZAÇÃO DO CONSELHO DE CLASSE

AULA 6

ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO
DESAFIO DO PEDAGOGO EM RELAÇÃO À ORGANIZAÇÃO CURRICULAR DA
ESCOLA

BIBLIOGRAFIAS

- SAVIANI, D. Pedagogia Histórico-Crítica. Campinas: Autores Associados, 2003.
www.inep.gov.br