

# **FASUL EDUCACIONAL**

## **(Fasul Educacional EaD)**

---

### **PÓS-GRADUAÇÃO**

### **MBA EM GASTRONOMIA E GESTÃO DE EVENTOS**

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

---

## MBA EM GASTRONOMIA E GESTÃO DE EVENTOS

<b>DISCIPLINA:</b> <b>GESTÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS</b>
<b>RESUMO</b>
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.
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>
<b>AULA 1</b> INTRODUÇÃO VÍDEO 2 O QUE É E PARA QUE SERVE UM PROJETO? COMO CONSTRUIR UM PROJETO RISCOS DE UM PROJETO
<b>AULA 2</b> INTRODUÇÃO PLANEJAMENTO DE EVENTOS ESPORTIVOS ORGANOGRAMA ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO A PARTIR DA GESTÃO DE PROCESSOS RECURSOS FINANCEIROS PARA EVENTOS ESPORTIVOS
<b>AULA 3</b> INTRODUÇÃO ÁREAS DE TRABALHO DE UM EVENTO GESTÃO DE RISCO DO EVENTO ENCERRAMENTO AVALIAÇÃO E RETORNOS
<b>AULA 4</b> INTRODUÇÃO PLANO ESTRATÉGICO DO MARKETING ESPORTIVO PLANO DE COMUNICAÇÃO COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE
<b>AULA 5</b> 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. O'BOYLE, 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://celsofdf.wordpress.com/tag/o-declinio-da-criatividade/>.
- DICIONÁRIO – 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 comprehenda 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.bnmes.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

**AULA 1**

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.
- MALLEN, 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 Artte& Prosa, 2015.
- PMBOK, GUIDE. Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos. – 5.<sup>º</sup> Edição.
- SANTOS, A. dos; et al. Captação de recursos para projetos sociais. Curitiba: Intersaber, 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](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/phyisis/v17n1/v17n1a06.pdf>.

**DISCIPLINA:**

**QUALIDADE E SEGURANÇA ALIMENTAR**

**RESUMO**

Sabia que a qualidade é a coisa mais importante de uma empresa? Ela deve ser tratada com cuidado, pois toda a reputação da empresa é baseada na qualidade do produto dessa empresa. Por isso, é necessário saber administrar uma empresa de maneira eficaz para ser produtiva, procurando desenvolver sistemas e procedimentos existentes para operar com a mais alta eficiência. Vamos estudar nesta aula um pouco de gestão da qualidade. Bons estudos!

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1 À AULA 6**

**VÍDEO 1 AO VÍDEO 4**

**BIBLIOGRAFIAS**

- CASTRO, F. F. M. Alergia alimentar. São Paulo: Manole, 2010.
- CICCO, F. de. Gestão de riscos – diretrizes para a implementação da ISO. São Paulo: Risk Tecnologia Editora, 2018.
- IEL/NC – Instituto Euvaldo Lodi/Núcleo Central. Sistemas de gestão da qualidade em fornecimento – ISO 9001. Brasília: IEL/NC, 2013.

**DISCIPLINA:**

**VIAGENS E REUNIÕES – CERIMONIAL E PROTOCOLO**

**RESUMO**

No ceremonial 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 ceremonial, 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 ceremonial, 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.

<b>DISCIPLINA:</b> <b>TÉCNICA DIETÉTICA E GASTRONOMIA APLICADA A ESTÉTICA</b>	
<b>RESUMO</b>	
O termo gastronomia tem origem em gastos (“estômago”) e nomia (“conhecimento” ou “lei”), referindo-se assim à alimentação, comida, bebida e também à culinária.	
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>	
<b>AULA 1</b>	
INTRODUÇÃO	
EVOLUÇÃO DO COMPORTAMENTO ALIMENTAR	
COMPOSIÇÃO DOS ALIMENTOS	
ALIMENTOS FUNCIONAIS	
BIODISPONIBILIDADE DE NUTRIENTES	
<b>AULA 2</b>	
INTRODUÇÃO	
POLIFENÓIS	
ANTOCIANINAS E PROANTOCIANIDINAS	
CAROTENÓIDES	
POLIFENÓIS ESTILBENOS	
<b>AULA 3</b>	
INTRODUÇÃO	
TÉCNICAS DE PREPARO – PRÉ-PREPARE	
TÉCNICAS DE PREPARO – PREPARO E COCÇÃO	
TÉCNICAS DE PREPARO – MODIFICAÇÕES POR PROCESSOS BIOLÓGICOS E ENZIMÁTICOS	
TÉCNICAS DE PREPARO – DICAS PARA MÉTODOS DE COCÇÃO	
<b>AULA 4</b>	
INTRODUÇÃO	
INGREDIENTES: QUAIS SUBSTITUTOS?	
DIETAS RESTRITIVAS	
DIETAS DA MODA E TRANSTORNOS ALIMENTARES	
EQUILÍBRIO ALIMENTAR EM ESTÉTICA	
<b>AULA 5</b>	
INTRODUÇÃO	
NUTRIENTES, ALIMENTOS E ACNE	
NUTRIÇÃO E ENVELHECIMENTO CUTÂNEO	
NUTRIENTES, ALIMENTOS E ENVELHECIMENTO CUTÂNEO	
GASTRONOMIA NA ACNE E ENVELHECIMENTO CUTÂNEO (RECEITAS)	
<b>AULA 6</b>	

**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://magalivajante.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 PROGRAMATICO**

**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/>>.