

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

DESENVOLVIMENTO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

DESENVOLVIMENTO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS

DISCIPLINA: DESENVOLVIMENTO WEB
RESUMO
<p>Vivemos hoje os anos de ouro do desenvolvimento de sites ou websites. Hoje, o termo website está um pouco ultrapassado. Nesse sentido, vamos simplesmente chamar de desenvolvimento web. O desenvolvimento web envolve desenvolver páginas para a internet que podem ser abertas em diferentes dispositivos, computadores, celulares, tablets etc. Nunca antes na história da Internet se requisitou tanto o desenvolvimento de páginas da internet. Impulsionado pelas grandes empresas de tecnologia, como Google, Microsoft, Apple e Facebook, hoje qualquer estabelecimento comercial que queira minimamente captar clientes necessita de uma página on-line. Ainda, pessoas utilizam cada vez mais sites pessoais para divulgar seus trabalhos, criar portfólios e alavancar suas carreiras. O mercado é grande. Aqui, iremos entrar no universo do desenvolvimento web. Nesta etapa, iremos conhecer o conceito de internet, navegador (browser) e mais alguns conceitos envolvidos nesta área do conhecimento. Também iremos aprender a configurar nosso ambiente para o desenvolvimento web que iremos utilizar ao longo de nossas discussões.</p>
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 À AULA 6 VÍDEO 1 AO VÍDEO 4
BIBLIOGRAFIAS
<ul style="list-style-type: none">• ALVES, W. P. HTML & CSS: aprenda como construir páginas web. Saraiva, 2021. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786558110187/.• TERUEL, E. C. HTML 5: guia prático. Saraiva, 2013. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536519296/.

DISCIPLINA: ENGENHARIA DE SOFTWARE
RESUMO
<p>Atualmente, conforme destaca Sommerville (2018, p. 3), existem diferentes tipos de sistemas de software, variando de sistemas embarcados simples até sistemas de informação complexos. Podemos, nesse contexto, rapidamente citar diversas áreas que fazem uso constante de sistemas de software, como os serviços públicos nacionais, indústrias completamente informatizadas, setores de entretenimento, telefonia, entre outros. Portanto, os sistemas de software podem rapidamente se tornar bastante complexos, difíceis de entender e caros de modificar. Diante dessa abordagem, não há notações, métodos ou técnicas universais para o desenvolvimento de uma variedade completamente heterogênea de sistemas de software. Nesse contexto, todas essas aplicações precisam de engenharia de software. Conforme destaca Sommerville (2018, p. 5): “A engenharia de software se destina a apoiar o desenvolvimento de software profissional em vez da programação individual. Ela inclui técnicas que apoiam a especificação, o projeto e a evolução do software.”</p>
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 ENGENHARIA DE SOFTWARE: PROCESSOS E MODELOS DE PROCESSOS DE SOFTWARE MODELOS CASCATA, V E W MODELOS ESPIRAL E DESENVOLVIMENTO EM FASES PROTOTIPAÇÃO EVOLUCIONÁRIA PROCESSO UNIFICADO DA RATIONAL (RUP)

AULA 2

DESENVOLVIMENTO ÁGIL

MÉTODO ÁGIL EXTREME PROGRAMMING (XP)

MÉTODOS ÁGEIS FEATURE DRIVEN-DEVELOPMENT (FDD) E DYNAMIC SYSTEMS DEVELOPMENT METHOD (DSDM)

MÉTODOS ÁGEIS CRYSTAL CLEAR E ADAPTIVE SOFTWARE DEVELOPMENT – ASD

MÉTODO ÁGIL SCRUM

AULA 3

PROJETO DE ARQUITETURA DE SOFTWARE

PADRÕES DE ARQUITETURA DE SOFTWARE

LEVANTAMENTO DE REQUISITOS

GERENCIAMENTO DE CONFIGURAÇÃO E MUDANÇA

MANUTENÇÃO E EVOLUÇÃO DE SOFTWARE

AULA 4

ANÁLISE DE PONTOS DE FUNÇÃO

PONTOS DE CASOS DE USO

PONTOS DE HISTÓRIAS

SLOC E KSLOC

COCOMO

AULA 5

FUNDAMENTOS DO TESTE DE SOFTWARE

TESTE DE FUNCIONALIDADE

TESTE ESTRUTURAL

TESTE FUNCIONAL

TESTE BASEADO EM DEFEITOS

AULA 6

FUNDAMENTOS DE DEVOPS

INTEGRAÇÃO CONTÍNUA

RECURSOS DO DEVOPS

IMPLANTANDO O DEVOPS

EQUÍVOCOS DEVOPS

BIBLIOGRAFIAS

- SOMMERVILLE, I. Engenharia de Software. 10 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.
- SOMMERVILLE, I. Engenharia de Software. 9. ed. São Paulo: Pearson, 2011.
- WAZLAWICK, R. S. Engenharia de Software: conceitos e práticas. São Paulo: Elsevier, 2013.

DISCIPLINA:

GESTÃO DE MÍDIA SOCIAL

RESUMO

O termo social media, ou mídias sociais, é uma das formas de comunicação disponíveis no mercado online, e dentro do universo das mídias sociais existem muitas pessoas, inclusive consumidores. Por isso é importante entender seu funcionamento e como ter as mídias sociais a seu favor. Social media também é o nome da função na qual um profissional de marketing digital trabalha com foco na utilização de redes sociais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

HISTÓRIA DAS REDES SOCIAIS
DEFINIÇÃO DE PERSONAS
INBOUND MARKETING
COMO FUNCIONAM OS ALGORITMOS?

AULA 2

SEO NO FACEBOOK
ESTRATÉGIAS NO FACEBOOK
CARACTERÍSTICAS DO INSTAGRAM
SEO NO INSTAGRAM

AULA 3

CARACTERÍSTICAS DO LINKEDIN
SEO NO LINKEDIN
ESTRATÉGIAS NO LINKEDIN
CARACTERÍSTICAS DO YOUTUBE

AULA 4

ESTRATÉGIAS DE YOUTUBE
CARACTERÍSTICAS DO WHATSAPP
ESTRATÉGIAS E BOAS PRÁTICAS NO WHATSAPP
DESIGN EM REDES SOCIAIS + OTIMIZAÇÃO DE IMAGENS

AULA 5

FERRAMENTAS AUXILIARES
ANÁLISE DE MÉTRICAS
PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO
GESTÃO DE CRISE

AULA 6

ESTRUTURA DE CAMPANHA, CONJUNTO DE ANÚNCIOS E ANÚNCIOS
CRIANDO PÚBLICO, POSICIONAMENTOS E ORÇAMENTO
CRIATIVOS
MÉTRICAS NO FACEBOOK ADS

BIBLIOGRAFIAS

- BAREFOOT, D.; SZABO, J. Manual de marketing em mídias sociais. São Paulo: Novatec, 2009.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração em marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- OKUYAMA, F. Y.; MILETTO, E. M.; NICOLAO, M. Desenvolvimento de software I: conceitos básicos. Porto Alegre: Bookman, 2014.
- REZ, R. Marketing de conteúdo: a moeda do século XXI. São Paulo: DVS, 2016.

DISCIPLINA:

GESTÃO DE STARTUPS

RESUMO

Bons empreendedores estão na base da criação de empresas em mercados altamente competitivos. Uma das falhas que representa uma visão distorcida da realidade no mercado corporativo é aquela que considera esses profissionais como uma casta que abriga alguns poucos privilegiados. Nada mais distante da realidade, principalmente quando é possível observar que praticamente todas as lideranças empreendedoras, com raras exceções, são formadas como resultado de muito trabalho.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

VALE A PENA EMPREENDER?
SÓ OU ACOMPANHADO: COMO ESCOLHER OS SÓCIOS?
POR QUE CONHECER A MODELAGEM DE NEGÓCIOS?
O QUE SÃO STARTUPS
STARTUPS: RISCOS E OPORTUNIDADES

AULA 2

ESTRATÉGIA E TECNOLOGIA
MARKETING E VENDAS
PESSOAS E FINANÇAS
CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO
NETWORKING

AULA 3

MINIMUM VIABLE PRODUCT
MODELOS DE RECEITA
MÉTRICAS DE ACOMPANHAMENTO DAS STARTUPS
O QUE É “PIVOTAR” UMA STARTUP
ESTRUTURAÇÃO DE EQUIPES DE TRABALHO

AULA 4

O QUE É O MARKET FIT?
PLANEJAMENTO DO PRODUCT MARKET FIT
MODELOS DE PROCESSOS
ESTRUTURAÇÃO PARA CRESCIMENTO DA STARTUP
EXPERIMENTOS E MÉTRICAS PARA STARTUPS

AULA 5

CARACTERÍSTICAS DO ESTÁGIO GROWTH
ESTRUTURAÇÃO DO CUSTOMER SUCCESS
GROWTH HACKING
DESIGN LEADERSHIP PARA STARTUPS
ASPECTOS LEGAIS PARA AS STARTUPS

AULA 6

FUNDAMENTOS SOCIETÁRIOS PARA STARTUPS
BOOTSTRAPPING
CONCEITUAÇÕES FINANCEIRAS
CAP TABLE
OPERAÇÕES DE INVESTIMENTO

BIBLIOGRAFIAS

- DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. A transição para o oceano azul: muito além da competição. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- O QUE É coworking? Coworking Brasil, 2019. Disponível em: <https://coworkingbrasil.org/como-funciona-coworking/>.

DISCIPLINA:

INOVAÇÃO E DESIGN THINKING

RESUMO

Inovação, no âmbito organizacional, é um tema que nasce da necessidade das empresas de produzirem diferenciais para se tornarem mais competitivas nos mercados em que atuam. Embora exista essa necessidade eminente, o entendimento sobre o que é inovação, sua complexidade e aplicabilidade exige estudos mais aprofundados. A escolha correta do tipo de inovação a ser implementado pode fazer toda a diferença para a continuidade do sucesso empresarial. Assim, apresentamos as informações necessárias para que você, empresário(a) ou profissional empreendedor(a) possa se envolver com esse tema e aplicá-lo em sua rotina com sucesso.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO

ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO COMO DIFERENCIAL

INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL E GERAÇÃO DE VALOR

INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO E INTRAEMPREENDEDORISMO

INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

AULA 2

INTRODUÇÃO

CRIATIVIDADE É UMA HABILIDADE? COMO DESENVOLVÊ-LA?

O MERCADO PRECISA DE PROFISSIONAIS CRIATIVOS E INOVADOR

UMA ABORDAGEM SOBRE O "ÓCIO CRIATIVO"

MUDANÇA DE MINDSET - MUDANDO O FOCO DO PROBLEMA PARA A SOLUÇÃO

AULA 3

INTRODUÇÃO

PADRÕES DO BUSINESS MODEL GENERATION

BUSINESS DESIGN COMO PROPULSOR DA INOVAÇÃO

DESIGN THINKING - CONCEITO, PREMISSAS E DESENVOLVIMENTO

DESIGN THINKING COMO PROCESSO CRIATIVO

AULA 4

INTRODUÇÃO

IMERGÊNCIA

IMAGINAÇÃO

AValiação

IMPLEMENTAÇÃO

AULA 5

INTRODUÇÃO

EXPANSÃO E POSICIONAMENTO COMPETITIVO

STARTUPS VERSUS EMPRESAS TRADICIONAIS INOVADORAS

LIDERANÇA E GESTÃO DA INOVAÇÃO

FONTES DE FOMENTO À INOVAÇÃO

AULA 6

INTRODUÇÃO

CONCEITO DE FUTURE MARKETING

INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E FUTURO DO TRABALHO

FUTURISMO PESSOAL E DESENVOLVIMENTO DE EQUIPES

ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO

BIBLIOGRAFIAS

- OS OCEANOS estão virando plástico. eCycle, [20--]. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/1259-oceano-de-plastico.html>.
- PROSAS. Belo Horizonte; São Paulo, [S.d.]. Disponível em: <https://prosas.com.br/home>.
- IBC – Instituto Brasileiro de Coaching. O que é coaching? Goiânia, [S.d.]. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching/o-que-ecoaching/>.

DISCIPLINA:

IOT - INTERNET DAS COISAS

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO À IOT
CONECTIVIDADE DA IOT
ARQUITETURA INTERNA DOS OBJETOS IOT
ARQUITETURA EXTERNA DOS OBJETOS IOT (IOT-A)
PROJETOS DE IOT E CAMADA DE APLICAÇÃO

AULA 2

INTRODUÇÃO À DOMÓTICA
OBJETOS IOT PARA DOMÓTICA
CONECTIVIDADE IOT PARA DOMÓTICA
CAMADA DE APLICAÇÃO E CONTROLE
EMPREENDEDORISMO EM DOMÓTICA COM IOT

AULA 3

INTRODUÇÃO ÀS CIDADES INTELIGENTES
OBJETOS IOT PARA SMART CITIES
CONECTIVIDADE IOT PARA SMART CITIES
CAMADA DE APLICAÇÃO E CONTROLE
EMPREENDEDORISMO EM SMART CITIES COM IOT

AULA 4

INTRODUÇÃO AO DESENVOLVIMENTO PARA IOT
SISTEMAS OPERACIONAIS PARA IOT
COMPUTAÇÃO ORIENTADA A SERVIÇOS
ARQUITETURA DE MICROSSERVIÇOS REATIVOS PARA IOT
SDN E IOT

AULA 5

INTRODUÇÃO ÀS REDES PARA IOT
RUDIMENTOS DE TELECOMUNICAÇÕES PARA IOT
REDES PRIVADAS PARA IOT
REDES PÚBLICAS PARA IOT
COMPARAÇÃO ENTRE SOLUÇÕES

AULA 6

INTRODUÇÃO À SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO
ASPECTOS GERAIS DE SEGURANÇA PARA IOT
PRIVACIDADE E IOT
SEGURANÇA EM MQTT
SEGURANÇA EM MODELOS COMPUTACIONAIS FOG E EDGE

SISTEMA DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS - SIG

RESUMO

Um sistema de informações (SI) é um conjunto de componentes inter-relacionados que coletam, processam, armazenam e distribuem informações para apoiar a tomada de decisões, a coordenação e o controle em uma organização. Segundo Laudon e Laudon (2015, p. 14), os sistemas de informações também ajudam gerentes e trabalhadores a analisar problemas, visualizar assuntos complexos e criar produtos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO

A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO PARA OBTENÇÃO DA VANTAGEM COMPETITIVA
PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO E A UTILIDADE DA INFORMAÇÃO

SPT – SISTEMAS DE PROCESSAMENTO DE TRANSAÇÕES

SAD – SISTEMAS DE APOIO À DECISÃO E SAE – SISTEMAS DE APOIO AO EXECUTIVO

AULA 2

INTRODUÇÃO

IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS

ASPECTOS FINANCEIROS: PAYBACK

ASPECTOS FINANCEIROS: ROI

ASPECTOS FINANCEIROS: VALOR PRESENTE LÍQUIDO

AULA 3

INTRODUÇÃO

ASPECTOS TÉCNICOS: BUSINESS INTELLIGENCE

ASPECTOS TÉCNICOS: MACHINE LEARNING

ASPECTOS TÉCNICOS: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

ASPECTOS TÉCNICOS: BIG DATA

AULA 4

INTRODUÇÃO

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

MANUFACTURING RESOURCE PLANNING I (MRP I)

MANUFACTURING RESOURCE PLANNING II (MRP II)

ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP)

AULA 5

INTRODUÇÃO

MARKETING 4.0

VAREJO 4.0

LOGÍSTICA 4.0

ESTUDO DE CASO

AULA 6

INTRODUÇÃO

METODOLOGIA ÁGIL

AGILIDADE NOS NEGÓCIOS

MANAGEMENT 3.0

ESTUDO DE CASO

BIBLIOGRAFIAS

- LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. Sistemas de informações gerenciais. 11. ed. São Paulo: Pearson, 2015.

- MINTZBERG, H. The Rise and Fall of Strategic Planning. São Paulo: Pearson Education, 2021.

DISCIPLINA: DESENVOLVIMENTO WEB - BACK END
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 ARQUITETURA DE SOFTWARE E PADRÃO DE PROJETOS ARQUITETURA JAVA EE TECNOLOGIAS JAVA EE ECLIPSE JAKARTA EE REVISITANDO O JAVA BÁSICO
AULA 2 SPRING SPRING BOOT SPRING MVC ANOTAÇÕES DO SPRING AMBIENTE DE DESENVOLVIMENTO
AULA 3 CAMADA DE VISÃO THYMELEAF HTML FRONT CONTROLLER CAMADA DE CONTROLE
AULA 4 CLASSE JAVA REVISITADA: SERIALIZABLE PERSISTÊNCIA DE DADOS – JPA E ORM PERSISTÊNCIA DE DADOS – CICLO DE VIDA DE CLASSES PERSISTENTES E PADRÃO DAO CAMADA DE MODELO – CLASSE DE SERVIÇO GERENCIAMENTO DE TRANSAÇÕES
AULA 5 TESTE DE SOFTWARE TESTES FUNCIONAIS COM POSTMAN MENSAGENS AO USUÁRIO COM THYMELEAF VALIDAÇÃO BACK END E FRONT END TESTES UNITÁRIOS COM JUNIT
AULA 6 API E WEB SERVICES ARQUITETURA E TECNOLOGIAS DE WEB SERVICES JSON MÉTODOS DE API REST DOCUMENTAÇÃO

DISCIPLINA: FUNDAMENTOS DO DESENVOLVIMENTO MOBILE
RESUMO
Os dispositivos móveis são os equipamentos eletrônicos portáteis. Eles permitem efetuar

praticamente todas as atividades desenvolvidas em um desktop (os computadores utilizados em casa ou no escritório), com um grande diferencial: a mobilidade. São exemplos de dispositivos móveis os smartphones, notebooks, GPS e tablets. Esses equipamentos estão cada vez mais inseridos na vida das pessoas, exigindo um conhecimento mais profundo dos profissionais da área de tecnologia da informação. Essa tecnologia vem sendo aperfeiçoada ao longo do tempo com o objetivo de atender as nossas necessidades e facilitar atividades rotineiras. Na área de tecnologia da informação, desde a criação dos primeiros equipamentos, tem-se trabalhado para torná-los portáteis. Surgiram então os notebooks e, posteriormente, os palmtops (que permitiam usar o toque na tela – touch screen). O telefone celular surgiu comercialmente em 1983 e, com a evolução da tecnologia digital, ele e outros dispositivos móveis foram continuamente aperfeiçoados; ao incorporar a internet, o celular tornou-se o dispositivo móvel mais utilizado por suas muitas funcionalidades.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

O QUE É UM DISPOSITIVO MÓVEL/MOBILE
HISTÓRIA DO MOBILE
GLOSSÁRIO DO MOBILE
ARQUITETURAS MÓVEIS: ANDROID
ARQUITETURAS MÓVEIS IOS

AULA 2

ÁREAS DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL MOBILE
LINGUAGENS E FERRAMENTAS PARA O DESENVOLVIMENTO MOBILE NATIVO
LINGUAGENS E FERRAMENTAS PARA O DESENVOLVIMENTO MOBILE HÍBRIDO
MERCADO MOBILE NO BRASIL E NO MUNDO
TENDÊNCIAS MOBILE

AULA 3

IA X PROGRAMADOR
NO-CODE E SUAS LIMITAÇÕES
MICROSOFT POWER APPS
ESTUDOS DE CASO – MICROSOFT POWER APPS
MICROSOFT POWER APPS E O MICROSOFT POWER AUTOMATE

AULA 4

SCRATCH
SCRATCH – ESTUDO DE CASO
MIT APP INVENTOR
MIT APP INVENTOR – ESTUDO DE CASO I
MIT APP INVENTOR – ESTUDO DE CASO II

AULA 5

ANDROID STUDIO
PROJETO NO ANDROID STUDIO
CRIAÇÃO DE COMPONENTES
FUNCIONALIDADES DA APLICAÇÃO
MÉTODO PARA OS BOTÕES

AULA 6

SENSOR MANAGER
CONHECENDO OS SENSORES
UTILIZANDO OS SENSORES

ACELERÔMETRO E LISTA DE SENSORES
SENSORES DE PROXIMIDADE E LUMINOSIDADE

BIBLIOGRAFIAS

- ASCENIO, A. F. G. Fundamentos da programação de computadores: algoritmos, Pascal e C/C++. Sergipe: Pearson Education, 2002.
- GOODRICH, M. T.; TAMASSIA, R. Projeto de algoritmos: fundamentos, análise e exemplos da internet. Tradução de Bernardo Copstein, João Batista Araújo e Oliveira. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- MANZANO, J. A. N. G.; OLIVEIRA, J. F. de. Algoritmos: lógica para desenvolvimento de programação de computadores. 17. ed. São Paulo: Érica, 2002.

DISCIPLINA:
COMÉRCIO ELETRÔNICO E MÍDIAS DIGITAIS

RESUMO

Apresentaremos o histórico, os principais conceitos e os desafios atuais e futuros do comércio eletrônico e sua interconexão com as mídias digitais. Nossa abordagem partirá da evolução do comércio, desde o escambo até as lojas virtuais. Analisaremos como se comporta o novo consumidor e como se dá esse relacionamento com o comércio digital. Serão apresentados os conceitos e práticas do ambiente virtual, oriundos de uma economia digital. Também veremos como o e-business e o e-commerce se arquitetam a partir desse novo prisma. Serão discutidos os tipos de e-business, o gerenciamento da cadeia de abastecimento, os processos decisórios, a segurança nas transações, as questões legais e éticas. Também será analisado como a mídia digital vem influenciando a forma de consumo na internet.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

BREVE HISTÓRICO
E-BUSINESS: PRIMEIROS CONCEITOS
PADRÕES E-BUSINESS: A BASE ESTRUTURAL
COMÉRCIO ELETRÔNICO: ESTRUTURA E APLICAÇÕES
AMBIENTE DIGITAL

AULA 2

NEGÓCIOS NA ERA DIGITAL
GLOBALIZAÇÃO
ECONOMIA DIGITAL
MERCADO ELETRÔNICO
INTEGRAÇÃO ELETRÔNICA

AULA 3

ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS
ORGANIZAÇÃO VIRTUAL
SISTEMA ELETRÔNICO DE PAGAMENTO
RELACIONAMENTO COM CLIENTES E FORNECEDORES
GERENCIAMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS E ATENDIMENTO ELETRÔNICO

AULA 4

PLANEJAMENTO DE RECURSOS EMPRESARIAIS (ERP)
MERCADOS EM REDE E O INTERCÂMBIO COMERCIAL
ARQUITETURA DE E-BUSINESS
COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL E ASPECTOS LEGAIS
PRIVACIDADE E SEGURANÇA

AULA 5

EESTRUTURA DE ANÁLISE DE COMÉRCIO ELETRÔNICO
APLICAÇÃO DE TECNOLOGIA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO
A INTERNET DO CONSUMIDOR
CONCEITOS DO MARKETING DIGITAL
GESTÃO DO CONHECIMENTO

AULA 6

MARKETING VIRAL E EMAIL MARKETING
MÍDIAS SOCIAIS E MARKETING DE CONTEÚDO
PUBLICIDADE E PROPAGANDA DIGITAL E O PAPEL DA ÉTICA NAS RELAÇÕES
MONITORAMENTO, MÉTRICAS E MEDIÇÃO
PLANO E-COMMERCE

BIBLIOGRAFIAS

- COSTA, G. C. G. Negócios eletrônicos: uma abordagem estratégica e gerencial. Curitiba: InterSaberes, 2013.
- STEFANO, N.; ZATTAR, I. C. E-commerce: conceitos, implementação e gestão. Curitiba: InterSaberes, 2016.
- TURBAN, E.; KING, D. Comércio eletrônico: estratégia e gestão. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DISCIPLINA:

DESENVOLVIMENTO WEB - FRONT-END

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO AO FRAMEWORK: O QUE É, TERMINOLOGIA E TERMOS
PRINCIPAIS FERRAMENTAS PARA FRONT-END E FRAMEWORKS:
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS
TIPOS DE DESENVOLVIMENTO
FERRAMENTAS DE PROTOTIPAGEM
FERRAMENTAS DE DESENVOLVIMENTO

AULA 2

INSTALAÇÕES POR SISTEMA OPERACIONAL DO VS-CODE
WSL E INSTALAÇÃO COMPLETA DO ANGULAR CLI
ESTRUTURA DE UM PROJETO ANGULAR
CRIAÇÃO DE UM COMPONENTE E EXECUÇÃO DE UM OLÁ MUNDO – ESTRUTURA DE PROJETO
CRIAÇÃO DE UM COMPONENTE E EXECUÇÃO DE UM OLÁ MUNDO – ESTRUTURA DO COMPONENTE

AULA 3

JAVASCRIPT VERSUS TYPESCRIPT - ADIÇÕES DO TYPESCRIPT
TYPESCRIPT NO ANGULAR
MÓDULOS ANGULAR – COMPONENTES
LIFECYCLY HOOKS – GANCHOS OU GATILHOS DO CICLO DE VIDA DOS COMPONENTES
COMUNICAÇÃO ENTRE COMPONENTES

AULA 4

INJEÇÃO DE DEPENDÊNCIAS

COMUNICAÇÃO PUBLISHER-SUBSCRIBER
OBSERVABLES E ANGULAR
FORMULÁRIOS E REACTIVE FORMS
GERENCIAMENTO E TRATAMENTO DE ERROS - HANDLERS

AULA 5

CONCEITUAR ROTAS HTTP – ROTA ANGULAR
CONSUMO DE DADOS DE BANCOS RELACIONAIS E NÃO RELACIONAIS
CONCEITO DE API – CONSUMO DE APIS
CONSUMO DE DADOS DO BACK END
CONCEITUANDO OS VERBOS HTTP

AULA 6

REFORÇO SOBRE GET E POST
REFORÇO SOBRE POST, PUT, DELETE
BOAS PRÁTICAS EM REST/CRUD/SOLID/ANGULAR
TESTES UNITÁRIOS E AUTOMAÇÃO DE TESTES EM ANGULAR
SERVIÇOS DE NUVEM, LOJAS DE APLICATIVOS E DEPLOY

DISCIPLINA:

FERRAMENTAS DE MARKETING DIGITAL

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

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

AULA 2

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

AULA 3

INTRODUÇÃO
ESTRUTURAR UM MODELO DE CRM
CUSTOMER DATA PLATFORM
HTML
APRENDER HTML

AULA 4

INTRODUÇÃO
GESTÃO DE EQUIPES DE MARKETING

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

AULA 5

INTRODUÇÃO

SEO

FATORES DE INFLUÊNCIA PARA O SEO

CRIANDO TEXTO COM SEO

BLACK HAT E PRÁTICAS ABUSIVAS

AULA 6

INTRODUÇÃO

CORE WEB VITALS

TAG MANAGER

GOOGLE OPTIMIZE

REVISÃO DE TERMOS COMUNS

BIBLIOGRAFIAS

- FACEBOOK AUDIENCE INSIGHT. Disponível em: <https://business.facebook.com/>.
- GOOGLE ADS. Disponível em: <https://ads.google.com/>.