

# **FASUL EDUCACIONAL** **(Fasul Educacional EaD)**

---

## **PÓS-GRADUAÇÃO**

### **MBA EM GESTÃO DE LOGÍSTICA E MERCADO**

#### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

---

## MBA EM GESTÃO DE LOGÍSTICA E MERCADO

**DISCIPLINA:**  
LOGÍSTICA REVERSA

### RESUMO

No intuito de facilitarmos a compreensão, esta disciplina, podemos dizer, trabalhará com duas frentes principais. Na primeira, serão abordadas questões de logística, enquanto que, na segunda parte, veremos as questões ambientais relevantes no Brasil contemporâneo.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

#### **AULA 1**

INTRODUÇÃO À LOGÍSTICA REVERSA  
FATORES CRÍTICOS PARA A LOGÍSTICA REVERSA  
HISTÓRICO E EVOLUÇÃO  
DESAFIOS GLOBAIS E ESTRATÉGICOS DA LOGÍSTICA REVERSA  
A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA REVERSA

#### **AULA 2**

CONCEITOS E DEFINIÇÕES  
CANAIS REVERSOS DE PÓS-CONSUMO (CR-PC)  
ABORDAGENS EMPRESARIAIS RELACIONADAS À LOGÍSTICA REVERSA  
TIPOS DE CANAIS REVERSOS  
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

#### **AULA 3**

CANAIS REVERSOS DE BENS DE PÓS-VENDAS (CR-PV)  
OS PROCESSOS ASSOCIADOS À LOGÍSTICA REVERSA  
EXEMPLOS DE CADEIAS REVERSAS DA LR  
INDICADORES DE DESEMPENHO NA LR  
LEGISLAÇÃO BÁSICA ASSOCIADA À LOGÍSTICA REVERSA

#### **AULA 4**

A LOGÍSTICA REVERSA NO PÓS-VENDAS  
COLETA NO PÓS-VENDA E NO PÓS-CONSUMO  
OS PRINCÍPIOS DA LR  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL  
VALORES PARA O CLIENTE

#### **AULA 5**

A LOGÍSTICA REVERSA E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL  
FERRAMENTAS AMBIENTAIS ASSOCIADAS À LR  
ANÁLISE DO CICLO DE VIDA DO PRODUTO  
A LR E A ISO 14001  
RÓTULOS AMBIENTAIS

#### **AULA 6**

PRINCÍPIOS LEGAIS AMBIENTAIS  
ARTIGOS DA PNRS E A LR  
A LOGÍSTICA REVERSA E A POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS (PNRS)  
LR E O E-COMMERCE  
SETORES SUJEITOS À LR PELA PNRS  
RAZÕES PARA USAR A LR

### BIBLIOGRAFIAS

- RAZZOLINI, Edelvino Filho; BERTÉ, Rodrigo. O reverso da Logística e as Questões Ambientais no Brasil. Curitiba: INTERSABERES, 2013.
- DONATO, Vitorio. Logística Verde: uma abordagem socioambiental. São Paulo: Ciência Moderna, 2009.
- LEITE, Paulo Roberto. Logística Reversa. 2 ed. São Paulo: Pearson /Prentice Hall, 2009.

**DISCIPLINA:**  
LOGÍSTICA EMPRESARIAL

**RESUMO**

Em algum momento você deve ter se perguntado o que a logística empresarial representa para uma empresa. De certo modo, essa pergunta é simples, mas as respostas possíveis podem ser muito mais complexas. Com o consumo cada vez maior da população mundial e o acesso aos diferentes meios de comunicação, a logística tem sido considerada um processo altamente estratégico. O fator prazo de entrega se tornou um obstáculo a ser superado pelas empresas que buscam se consolidar num mercado altamente competitivo.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

FUNDAMENTOS DA LOGÍSTICA  
A LOGÍSTICA NO MUNDO  
PRINCÍPIOS DA HISTÓRIA DA LOGÍSTICA  
A LOGÍSTICA NO BRASIL  
ATIVIDADES BÁSICAS DA LOGÍSTICA

**AULA 2**

ESTRUTURA DOS ELEMENTOS BÁSICOS DE UMA CADEIA LOGÍSTICA  
FLUXOS FINANCEIROS E REVERSOS  
A IMPORTÂNCIA DA INTEGRAÇÃO DAS ATIVIDADES LOGÍSTICAS  
VISÃO DOS PROCESSOS ATRAVÉS DOS FLUXOS  
FLUXOS DE MATERIAIS E INFORMAÇÕES

**AULA 3**

DEFINIÇÃO DO PROCESSO DE COMPRAS  
O PAPEL DOS ESTOQUES NAS EMPRESAS  
CICLO DE COMPRAS  
GESTÃO DE ESTOQUES  
FATORES QUE INFLUENCIAM A ESCOLHA DO FORNECEDOR

**AULA 4**

ORIGEM DOS OPERADORES LOGÍSTICOS  
CRITÉRIO PARA ESCOLHA DOS OPERADORES  
ESTRUTURA, DEFINIÇÕES E TIPOS DE OPERAÇÕES  
INDICADORES DE DESEMPENHO DOS OPERADORES  
SEGMENTAÇÃO DOS OPERADORES DE ACORDO COM SUAS ATIVIDADES

**AULA 5**

CONCEITO DE TERCEIRIZAÇÃO DA ARMAZENAGEM  
AVALIAÇÕES DOS CLS  
TIPOS E CLASSIFICAÇÃO DE CONDOMÍNIOS DE ARMAZENAGEM  
CENÁRIO BRASILEIRO DE CONDOMÍNIOS LOGÍSTICOS  
VANTAGENS E DESVANTAGENS DOS CLS

**AULA 6**

DEFINIÇÃO E TIPOS DE PLATAFORMAS LOGÍSTICAS

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS OFERTADOS PELAS PLATAFORMAS  
NOVOS PARÂMETROS COMPETITIVOS NO MERCADO LOGÍSTICO  
MODELOS DE ADMINISTRAÇÃO DE PLATAFORMAS LOGÍSTICAS  
ESTRUTURA E ETAPAS PARA COMPOR UMA PLATAFORMA LOGÍSTICA

**BIBLIOGRAFIAS**

- LOGÍSTICA urbana ganha força com a pandemia. Diário do Comércio, 23 maio 2020. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/opiniao/logistica-urbana-ganha-forca-com-a-pandemia/>.
- MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA. Anuário estatístico de transportes 2010-2017. Brasília: Ministério da Infraestrutura, 2017. Disponível em: [https://infraestrutura.gov.br/images/BIT\\_TESTE/Publica%C3%A7oes/Apresentacao\\_AET\\_2018.pdf](https://infraestrutura.gov.br/images/BIT_TESTE/Publica%C3%A7oes/Apresentacao_AET_2018.pdf).

**DISCIPLINA:**  
**GESTÃO DE CUSTOS LOGÍSTICOS**

**RESUMO**

Neste material iremos abordar sensibilização, fundamentos, conceitos e terminologias sobre custos; contabilidade de custos e introdução aos custos logísticos. Além disso, iremos identificar os principais aspectos e conceitos envolvidos na gestão de custos; perceber como classificar gastos e custos e discutir sobre o assunto.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

A GESTÃO DE CUSTOS  
CUSTOS DE ACORDO COM O RAMO DE ATIVIDADE EMPRESARIAL  
CLASSIFICAÇÃO CONTÁBIL DE GASTOS  
CLASSIFICAÇÃO E COMPORTAMENTO DOS CUSTOS  
CLASSIFICAÇÃO DA MÃO DE OBRA

**AULA 2**

CUSTOS LOGÍSTICOS  
LOGÍSTICA DE ABASTECIMENTO  
LOGÍSTICA DE PLANTA  
LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO  
LOGÍSTICA REVERSA

**AULA 3**

COMPOSIÇÃO DOS CUSTOS DOS MATERIAIS  
SISTEMA DE INVENTÁRIO PERIÓDICO  
CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE ESTOQUES – CUSTO MÉDIO  
CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE ESTOQUES – PEPS  
CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE ESTOQUES – UEPS

**AULA 4**

MÉTODOS DE CUSTEIO  
CUSTEIO POR ABSORÇÃO  
DEPARTAMENTALIZAÇÃO  
CUSTEIO BASEADO EM ATIVIDADE  
CUSTEIO VARIÁVEL

**AULA 5**

ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO  
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

PONTO DE EQUILÍBRIO  
MARGEM DE SEGURANÇA  
ALAVANCAGEM OPERACIONAL

**AULA 6**

CONSIDERAÇÕES SOBRE O PREÇO DE VENDA  
ASPECTOS QUALITATIVOS DA FORMAÇÃO DE PREÇOS  
ASPECTOS QUANTITATIVOS DA FORMAÇÃO DE PREÇOS  
FORMAÇÃO DE PREÇOS: O MARK-UP  
ANÁLISE DA RENTABILIDADE DOS INVESTIMENTOS NOS PRODUTOS

**BIBLIOGRAFIAS**

- SCHIER, C. U. C. Gestão de custos. Curitiba: Intersaberes, 2013.
- JORGE, R. K. Gestão de custos, riscos e perdas. São Paulo: Pearson, 2016.
- PEREZ JÚNIOR, J. H. Gestão estratégica de custos: textos e testes com as respostas. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

**DISCIPLINA:**  
GESTÃO ESTRATÉGICA DA INOVAÇÃO

**RESUMO**

Com o passar dos anos, as empresas estão cada vez mais competitivas. Isso se deve, muitas vezes, às transformações que ocorrem no ambiente mercadológico. No intuito de superar essas transformações e gerar vantagem competitiva, as práticas de inovação são imprescindíveis, uma vez que é por intermédio de atitudes inovadoras que as empresas são capazes de expandir, reestruturar e aprimorar as ações nos mais variados tipos de organizações. Nas empresas e indústrias, por exemplo, o ato de inovar permite que determinado negócio seja reinventado, tornando-o mais adequado para o consumidor final e, conseqüentemente, mais competitivo.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

TIPOS DE INOVAÇÃO - OBJETO FOCAL DA INOVAÇÃO  
TIPOS DE INOVAÇÃO - IMPACTO DA INOVAÇÃO  
CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO  
POR QUE INOVAR?

**AULA 2**

A RELAÇÃO ENTRE GESTÃO DA INOVAÇÃO E ÁREAS ORGANIZACIONAIS:  
INOVAÇÃO E MARKETING  
A RELAÇÃO ENTRE GESTÃO DA INOVAÇÃO E ÁREAS ORGANIZACIONAIS:  
INOVAÇÃO E GESTÃO DA QUALIDADE  
A RELAÇÃO ENTRE GESTÃO DA INOVAÇÃO E ÁREAS ORGANIZACIONAIS:  
INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE  
A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

**AULA 3**

GESTÃO DO CONHECIMENTO PARA A INOVAÇÃO  
CONHECIMENTO E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL  
GESTÃO DE FONTES EXTERNAS DE INFORMAÇÃO PARA INOVAÇÃO  
AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO INOVADOR

**AULA 4**

PROGRESSO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO NO BRASIL  
OS ASPECTOS LEGAIS DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

CONSTRUÇÃO DE AMBIENTES PARA A INOVAÇÃO  
ESTÍMULO À INOVAÇÃO NAS EMPRESAS

**AULA 5**

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E AVANÇO CIENTÍFICO  
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E SUSTENTABILIDADE  
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO APLICADA À GESTÃO DA  
INOVAÇÃO  
SISTEMAS DE INFORMAÇÃO, BANCOS DE DADOS, INTERNET E  
TELECOMUNICAÇÕES

**AULA 6**

CONCEITOS DE CAPACIDADES DINÂMICAS E SUAS ABORDAGENS  
RECURSOS EMPRESARIAIS NECESSÁRIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE  
CAPACIDADES DINÂMICAS  
MODELO DE NEGÓCIOS  
INOVAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

**BIBLIOGRAFIAS**

- ANDREASSI, T. Gestão da inovação tecnológica. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- CANONGIA, C. et al. Foresight, inteligência competitiva e gestão do conhecimento: instrumentos para a gestão da inovação. Gestão & Produção, vol. 11, n. 2, 2004.
- FIGUEIREDO, P. N. Gestão da inovação: conceitos, métricas e experiências de empresas no Brasil. São Paulo: Livros Técnicos e Científicos, 2009.

**DISCIPLINA:**

ANÁLISE E TENDÊNCIA DE MERCADO

**RESUMO**

Nesse material, você aprenderá a identificar e escolher os nichos de mercados e oportunidades de negócios em que poderá atuar. Abordaremos questões como o crescimento e a profissionalização dos segmentos mercado esportivo, mercado político eleitoral e religioso, mercado de moda, jurídico e digital, mercado de serviços, luxo, educacional, mercado cultural, consumidor e suas características. Também vamos estudar o consumidor feminino, branding e branded content, o design como estratégia e diferencial competitivo, além do case Tecnoblu e temas sobre coolhunting, marketing magistral, marketing em cartórios e tipos de mídias, tais como: print media (panfletos, jornais, livros e revistas), audiovisual media (cinema, televisão aberta e fechada). Você entenderá o que são tendências, por que é importante analisá-las e quais são os mercados em crescimento e suas principais vertentes.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO AOS ESTUDOS DE TENDÊNCIAS  
POR QUE ESTUDAR TENDÊNCIAS?  
INFLUÊNCIA DA MÍDIA NAS TENDÊNCIAS  
TENDÊNCIAS MERCADOLÓGICAS I  
TENDÊNCIAS MERCADOLÓGICAS II

**AULA 2**

MERCADO ESPORTIVO  
MERCADO POLÍTICO ELEITORAL E RELIGIOSO  
MERCADO DE MODA, JURÍDICO E DIGITAL  
MERCADO DE SERVIÇOS, LUXO E EDUCACIONAL  
MERCADO CULTURAL

**AULA 3**

CONSUMIDOR E SUAS CARACTERÍSTICAS  
A HORA E A VEZ DA CONSUMIDORA  
CONSUMIDOR MASCULINO  
CONSUMO COOPERATIVO  
EMOTIONAL CONSUMER

**AULA 4**

MAS, AFINAL DE CONTAS, O QUE É BRANDING?  
A ESSÊNCIA DO BRANDING  
BRANDING CONTENT  
DESIGN COMO ESTRATÉGIA E DIFERENCIAL COMPETITIVO  
CASE TECNOBLU – YOUR ID

**AULA 5**

COOLHUNTING  
COOLHUNTING E MAPEAMENTO DE NOVAS TENDÊNCIAS  
MARKETING MAGISTRAL  
MARKETING EM CARTÓRIOS (SERVIÇOS) OU MERCADO NOTARIAL E-MARKETING JURÍDICO  
MARKETING PÚBLICO

**AULA 6**

ENTENDENDO MELHOR O CONCEITO DE MÍDIA/MEDIA  
TIPOS DE MÍDIAS  
NEW MEDIA (INTERNET)  
PRINT MEDIA (PANFLETOS, JORNAIS, LIVROS E REVISTAS)  
MÍDIA AUDIOVISUAL (CINEMA, TELEVISÃO ABERTA E FECHADA)

**BIBLIOGRAFIAS**

- ERREIRA JUNIOR, A. B.; SENTA, S. Supervarejo: uma abordagem prática sobre mercados de consumo. Curitiba: InterSaberes, 2014.
- KOTLER, P.; BES, F. T. de. A bíblia da inovação. Trad. Texto Editores. São Paulo: Leya, 2011.
- SOUZA, A. T. de; MENEZES, M. S. As tendências e o design: metodologia de projeto mobiliário orientada para o futuro. In: BELLUZZO, G.; SILVA, J. (Org.). DAMT: design, arte, moda e tecnologia. São Paulo: Edições Rosari, 2010.

**DISCIPLINA:**

PROCEDIMENTOS DE TRANSPORTE, ARMAZENAMENTO E LOGÍSTICA  
INTERNACIONAL

**RESUMO**

Eles estão por todos os lados e nos atendem desde uma simples ida ao supermercado até um passeio prazeroso com nossa família. Você ainda não tinha se dado conta de que os modais de transporte estão em tudo que fazemos? E olha que não estamos exagerando, eles estão em tudo mesmo.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1 À AULA 6**

VÍDEO 1 AO VÍDEO 4

**BIBLIOGRAFIAS**

- ABRAPHE. Associação Brasileira dos Pilotos de Helicóptero. Disponível em: <https://www.abraphe.org.br/abraphe-informa/>.
- ANAC. Agência Nacional de Aviação Civil. Anuário do Transporte Aéreo divulgados pela Anac. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-de-transporte-aereo/anuario-do-transporte-aereo>.
- ANTT. Agência Nacional de Transportes Terrestres. Transporte Multimodal de Cargas. Disponível em: <https://portal.antt.gov.br/transporte-multimodal-de-cargas>.

**DISCIPLINA:**  
LOGÍSTICA INTERNACIONAL

**RESUMO**

Nesta disciplina, os principais objetivos serão: demonstrar como a globalização alterou a forma de se fazer negócios; explicar como os Estados e as empresas multinacionais se relaciona; demonstrar como as organizações internacionais intervêm no ambiente de negócios e explicar a importância da gestão intercultural no atual cenário internacional de negócios.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

GLOBALIZAÇÃO E A NOVA FORMA DE SE FAZER NEGÓCIOS  
EMPRESAS MULTINACIONAIS  
ESTADOS COMO ATORES INTERNACIONAIS  
CULTURA E GESTÃO INTERCULTURAL  
ORGANIZAÇÕES INTERNACIONAIS

**AULA 2**

COMÉRCIO EXTERIOR E AS CORRENTES DE COMÉRCIO INTERNACIONAL  
COMÉRCIO EXTERIOR E COMPETITIVIDADE  
O BRASIL NO COMÉRCIO INTERNACIONAL  
COMÉRCIO EXTERIOR E LOGÍSTICA  
COMÉRCIO E TRANSAÇÕES INTERNACIONAIS

**AULA 3**

CADEIAS LOGÍSTICAS INTERNACIONAIS  
SISTEMAS DE INFORMAÇÕES NA LOGÍSTICA INTERNACIONAL  
LOGÍSTICA INTERNACIONAL E LEGISLAÇÃO ADUANEIRA  
LEGISLAÇÃO ADUANEIRA E REGIMES ADUANEIROS  
REGULAMENTAÇÃO DAS IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES

**AULA 4**

TRANSPORTE INTERNACIONAL  
TRANSPORTE AÉREO E TERRESTRE INTERNACIONAL  
REGIMES ADUANEIROS ESPECIAIS  
TRANSPORTE INTERNACIONAL E A RECEITA FEDERAL BRASILEIRA  
TRANSPORTE MARÍTIMO INTERNACIONAL

**AULA 5**

TERMOS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL  
INCOTERMS E A LOGÍSTICA INTEGRADA  
SISTEMAS DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO  
INCOTERMS

**AULA 6**

OPERAÇÕES DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO  
PRINCÍPIOS DO GATT  
INTERMEDIÁRIOS E AGENTES DO COMÉRCIO INTERNACIONAL  
A ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO  
REGULAMENTAÇÃO INTERNACIONAL DO COMÉRCIO – GATT

**BIBLIOGRAFIAS**

- CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. Negócios internacionais: estratégia, gestão e novas realidades. São Paulo: Pearson, 2010.
- DUARTE, R. G.; TANURE, B. O impacto da diversidade cultural na gestão internacional. In: \_\_\_\_\_. (Org.). Gestão Internacional. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FERREIRA, M. P.; REIS, N. R.; SERRA, F. R. Negócios internacionais e internacionalização para as economias emergentes. Lidel: Lisboa, 2011.

**DISCIPLINA:**  
ESTRATÉGIA APLICADA A CLIENTES E MERCADOS

**RESUMO**

O contexto histórico dos pressupostos que envolvem a estratégia e sua incorporação à administração de empresas representa a evolução conceitual do planejamento estratégico, suas perspectivas e, principalmente, seu alinhamento na gestão de negócios. Nesse sentido, conhecer a estrutura organizacional, os tipos de estratégias, suas interações com o ambiente organizacional e analisar o seu papel associado à competitividade empresarial é um dos objetivos da administração nos tempos atuais. Diante disso, esta etapa apresenta tópicos relevantes da administração moderna, evidenciando as abordagens que envolvem a estratégia empresarial e seus cenários. Esperamos que, ao final, tenhamos construído nosso conhecimento com a capacidade conceitual, prática e crítica, sendo capazes de discutir os principais pressupostos que envolvem as abordagens teóricas da estratégia e a gestão alinhada ao desenvolvimento de uma visão estratégica do negócio, bem como atuarmos como gestores com foco em resultados, otimização de processos e diminuição de custos, além do objetivo de realizar uma gestão competitiva, voltada para o desenvolvimento organizacional e o engajamento de todos os atores envolvidos.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

FUNDAMENTOS DA ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS  
ESTRATÉGIA E COMPETITIVIDADE  
ESTRATÉGIA: DESDOBRAMENTO, ALINHAMENTO E ACOMPANHAMENTO  
ESTRATÉGIA E COMPETITIVIDADE DE PORTER

**AULA 2**

ABORDAGENS ESTRATÉGICAS EMPRESARIAIS: CUSTOMIZAÇÃO X PADRONIZAÇÃO  
PARADIGMAS ORGANIZACIONAIS E ESTRATÉGIA  
AS CINCO ESTRATÉGIAS NO NÍVEL DOS NEGÓCIOS  
ESTRATÉGIA DE LIDERANÇA

**AULA 3**

PROCESSO DA ESTRATÉGIA DE RUPTURA  
ESTRATÉGIAS INOVADORAS  
INOVAÇÃO, MERCADO E ESTRATÉGIAS DISRUPTIVAS  
APLICAÇÃO PRÁTICA PROFISSIONAL – INOVAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

**AULA 4**

MÉTRICAS DE MARKETING – DEFINIÇÃO DE KPIS  
DEFINIÇÃO DE CENÁRIOS  
ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL

**APLICAÇÃO PRÁTICA PROFISSIONAL**

**AULA 5**

MODELOS DE NEGÓCIOS DE CAUDA LONGA  
INOVAÇÃO E MERCADO  
CLIENTE COMO PROTAGONISTA  
APLICAÇÃO PRÁTICA PROFISSIONAL – ESTUDO DE CASO

**AULA 6**

GESTÃO DE CLIENTES E MERCADOS  
GESTÃO ESTRATÉGIA E A GERAÇÃO DE VALOR PARA O CLIENTE  
GESTÃO COMPETITIVA DO SEU NEGÓCIO  
APLICAÇÃO PRÁTICA PROFISSIONAL – ESTUDO DE CASO

**BIBLIOGRAFIAS**

- GIOVANELLA, L. As origens e as correntes atuais do enfoque estratégico em planejamento de saúde na América Latina. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, v.7, n. 1, mar. 1991. Disponível em: <https://scielosp.org/article/csp/1991.v7n1/26-44/>. Acesso em: 13 out. 2022.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. Safári da estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- PORTER, M. Competitive strategy. New York: Free Press, 1980.

**DISCIPLINA:**

**CUSTOS DE OPERAÇÕES NO E-COMMERCE**

**RESUMO**

“Não existe almoço grátis”: você já deve ter ouvido essa expressão em algum momento. Esse ditado quer dizer que qualquer atividade, seja empresarial ou pessoal, tem um custo. Ou seja, alguém está bancando essa ação. Isso é fácil de perceber em nosso dia a dia. A maioria de nós tem as nossas receitas – salários, honorários, comissões etc. – e temos também nossas obrigações financeiras: água, energia, alimentação, transporte, vestuário, medicamentos e inúmeras outras. Com a empresa, não é diferente; ao mesmo tempo em que a empresa obtém receita gerada pelos seus clientes, tem seus desembolsos obrigatórios, para saldar compromissos de modo a manter suas operações. Este material abordará estes e outros custos de operações no e-commerce.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

GASTOS, CUSTOS E DESPESAS  
DESPESAS FIXAS E VARIÁVEIS  
CUSTOS DIRETOS E INDIRETOS  
INVESTIMENTOS  
PERDAS E DESPERDÍCIOS

**AULA 2**

CUSTOS DE INFRAESTRUTURA DE E-COMMERCE  
CUSTOS DE PLATAFORMA DE E-COMMERCE  
MEIOS DE PAGAMENTO  
SISTEMAS DE ANÁLISE DE RISCO  
OUTROS CUSTOS DE TECNOLOGIA

**AULA 3**

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO  
PROCESSAMENTO DE PEDIDOS  
CHARGEBACKS

COMISSÕES E PARCERIAS  
PERDAS POR FRAUDES

**AULA 4**

ESTOQUE E ARMAZENAMENTO  
CUSTOS DE DEVOLUÇÃO  
EMBALAGENS  
LOGÍSTICA REVERSA  
TRANSPORTES

**AULA 5**

CUSTOS TRIBUTÁRIOS  
CMV - CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA  
FATURAMENTO E MARGENS  
PARCELAMENTO DE PEDIDOS  
CENÁRIOS DE OSCILAÇÕES DE VENDAS

**AULA 6**

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS  
PLANEJAMENTO E CENTRO DE CUSTOS  
ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA E DEMANDA  
ESTRATÉGIAS DE REDUÇÃO DE CUSTOS  
FERRAMENTAS DE CONTROLE DE CUSTOS

**BIBLIOGRAFIAS**

- JORGE, R. K. Gestão de custos: riscos e perdas. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016.
- OLIVEIRA, B. de. Como montar um e-commerce com pouco dinheiro. Ecommerce na Prática, 19 out. 2018. Disponível em <https://ecommercenapratica.com/qual-o-investimento-para-abrir-umecommerce/>.
- SILVA, E. J.; GARBRECHT, G. T. Custos empresariais: uma visão sistêmica do processo de gestão de uma empresa. Curitiba: InterSaberes, 2016.

**DISCIPLINA:**

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ESSENTIALS (SCME)

**RESUMO**

O crescimento da logística trouxe a necessidade de evolução, não somente do conceito, mas também de como fazer todas as operações acontecerem com rapidez e qualidade. Isso refletiu na definição de logística proposta pelo Council of Logistics Management (CLM), uma associação criada em 1962 para fomentar o estudo e a criação de conhecimento nessa área. Em 1991, o CLM, como representante de gestores logísticos, estabeleceu o conceito do que é logística já retratando a realidade das organizações modernas que é “o processo de planejamento, implantação e controle do fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e das informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo com o propósito de atender às exigências dos clientes” (Ballou, 2006, p. 27).

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

OS ATORES ORGANIZACIONAIS  
AS INTERFACES ORGANIZACIONAIS  
A INTERDEPENDÊNCIA OPERACIONAL  
A LOGÍSTICA DE INBOUND E OUTBOUND E OS FLUXOS LOGÍSTICOS

**AULA 2**

OS PILARES DE SUSTENTAÇÃO  
A MINIMIZAÇÃO DOS GARGALOS  
O PLANEJAMENTO DOOR-TO-DOOR  
A ROTEIRIZAÇÃO NAS ENTREGAS E O SISTEMA MILK RUN

**AULA 3**

GESTÃO DE CADEIAS X GESTÃO DE UNIDADES  
CRITÉRIOS DE LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA  
O DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES  
OS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE FORNECEDORES

**AULA 4**

OS ITENS CRÍTICOS DE PRODUÇÃO E A REDUÇÃO DE LEAD TIME  
A ACURACIDADE DOS ESTOQUES  
MATERIAL NACIONAL VERSUS MATERIAL IMPORTADO  
ARMAZÉM PRÓPRIO OU ARMAZÉM TERCEIRIZADO

**AULA 5**

ATENDIMENTO NO PÓS-VENDA  
OS INDICADORES DE DESEMPENHO  
A RELAÇÃO BENEFÍCIO VERSUS CUSTO  
LADO HUMANO NA SCME

**AULA 6**

GESTÃO DE CRISES NA SCME  
SOLUÇÕES GERADAS EM MOMENTOS DE CRISE  
TECNOLOGIA NA SCME  
SCME VERSÃO 4.0

**BIBLIOGRAFIAS**

- TALAMINI, E. PEDROZO, E. A. SILVA, A. L. da. Gestão da cadeia de suprimentos e a segurança do alimento: uma pesquisa exploratória na cadeia exportadora da carne suína. Gest. Prod., v. 12, n. 1, abr. 2005 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/RJzNzxH7kMdzXfXmYFrhyNs/?lang=pt#>.
- BRASIL, C.; PANSONATO, R. Logística dos canais de distribuição. Curitiba: Intersaberes, 2018.
- PIRES, S. R. I. Gestão da cadeia de suprimentos (supply chain management): conceitos, estratégias, práticas e casos. São Paulo: Atlas, 2016.

**DISCIPLINA:**

COMPRAS, ESTOQUE E LOGÍSTICA

**RESUMO**

Neste material iremos entender a importância de desenvolver boas parcerias com fornecedores para realizar negociações no modelo ganha-ganha e garantir qualidade dos insumos. Também iremos conhecer os conceitos, princípios e objetivos do processo de compras organizacionais.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

COMPRAS NAS ORGANIZAÇÕES  
OBJETIVOS E ORGANIZAÇÃO DO SETOR DE COMPRAS  
COMPRAS CENTRALIZADAS E DESCENTRALIZADAS  
FLUXO BÁSICO DAS AQUISIÇÕES

PROCUREMENT

**AULA 2**

DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES  
SELEÇÃO, QUALIFICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO DE NOVOS FORNECEDORES  
SOLICITAÇÃO E ANÁLISE DE PROPOSTAS  
PRINCÍPIOS ÉTICOS NA NEGOCIAÇÃO  
COMPRAS INTERNACIONAIS

**AULA 3**

OS ESTOQUES NAS ORGANIZAÇÕES  
TIPOS DE ESTOQUES FREQUENTES  
FORMAÇÃO DOS ESTOQUES  
ESTOQUES DE SEGURANÇA  
LOTE ECONÔMICO DE COMPRAS (LEC)

**AULA 4**

GERENCIAMENTO DOS ESTOQUES  
RECEBIMENTO E INSPEÇÃO DE ESTOQUES  
MOVIMENTAÇÃO E ARMAZENAGEM DE ESTOQUE  
CONTROLE DOS ESTOQUES  
CUSTOS DOS ESTOQUES

**AULA 5**

A EVOLUÇÃO DA LOGÍSTICA EMPRESARIAL  
LOGÍSTICA DE ABASTECIMENTO  
LOGÍSTICA DE PRODUÇÃO  
LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO  
LOGÍSTICA REVERSA

**AULA 6**

OS OPERADORES DE SERVIÇOS LOGÍSTICOS  
DESAFIOS DA LOGÍSTICA: LOGÍSTICA URBANA  
CUSTOS LOGÍSTICOS  
INDICADORES LOGÍSTICOS  
A INTERNACIONALIZAÇÃO DA LOGÍSTICA

**BIBLIOGRAFIAS**

- FRANCISCHINI, P. G.; GURGEL, F. do A. Administração de materiais e do patrimônio. São Paulo: Cengage Learning, 2012. cap. 1.
- GONÇALVES, P. S. Logística e cadeia de suprimentos: o essencial. São Paulo: Manole, 2013.
- POZO, H. Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 2010. cap. 5.

**DISCIPLINA:**

GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

**RESUMO**

Nesta disciplina vamos abordar os conceitos básicos necessários para o funcionamento de uma Cadeia de Suprimentos. Vamos, também, aprender como são estruturadas organizacionalmente as empresas e depois trataremos dos fornecedores, das cadeias produtivas, dos canais de distribuição e, finalmente, das cadeias de suprimentos.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO À GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS  
SUPPLY CHAIN E A LOGÍSTICA  
A GESTÃO DA CADEIA DE VALOR  
A ESTRUTURA EMPRESARIAL E A GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS  
AS INTERFACES ORGANIZACIONAIS

**AULA 2**

TERCEIRIZAÇÃO (OUTSOURCING)  
CRITÉRIOS PARA TERCEIRIZAÇÃO  
GERENCIAMENTO INTEGRADO  
ATIVIDADES PRIMÁRIAS E OS COMPONENTES DA CADEIA DE SUPRIMENTOS  
TRADE MARKETING NO SUPPLY CHAIN

**AULA 3**

A LOGÍSTICA INBOUND  
A LOGÍSTICA OUTBOUND  
MOVIMENTAÇÃO DE MATERIAIS  
ESTOQUES, INVENTÁRIOS E A ACURACIDADE  
O SISTEMA MILK RUN

**AULA 4**

PROCESSO DE COMPRAS  
SELEÇÃO DE FORNECEDORES  
DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES  
A MINIMIZAÇÃO DOS GARGALOS  
A REDUÇÃO DOS LEAD TIMES

**AULA 5**

INDÚSTRIA 4.0  
SCM 4.0  
BLOCK CHAIN E SCM  
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO APLICADA À SCM (MATERIAIS E TRANSPORTE)  
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO APLICADA À SCM (GESTÃO)

**AULA 6**

GESTÃO DA DEMANDA  
CADEIAS DE SUPRIMENTOS GLOBAIS  
DISTRIBUIÇÃO E CUSTOS  
O OPERADOR LOGÍSTICO NA SUPPLY CHAIN  
O PAPEL DA SUSTENTABILIDADE NA SUPPLY CHAIN

**BIBLIOGRAFIAS**

- BERTAGLIA, P. R. Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento. São Paulo: Saraiva, 2006.
- DIAS, M. COSTA, R. F. Manual do Comprador: conceitos, técnicas e práticas indispensáveis em um departamento de compras. Mario Dias, Roberto Figueiredo Costa. 2. Ed. – São Paulo: Edicta, 2003.
- MARTINS, R. Estratégia de compras na indústria brasileira de higiene pessoal e cosméticos: um estudo de casos. Dissertação (Mestrado) – Instituto Coppead, UFRJ, Rio de Janeiro, 2005.