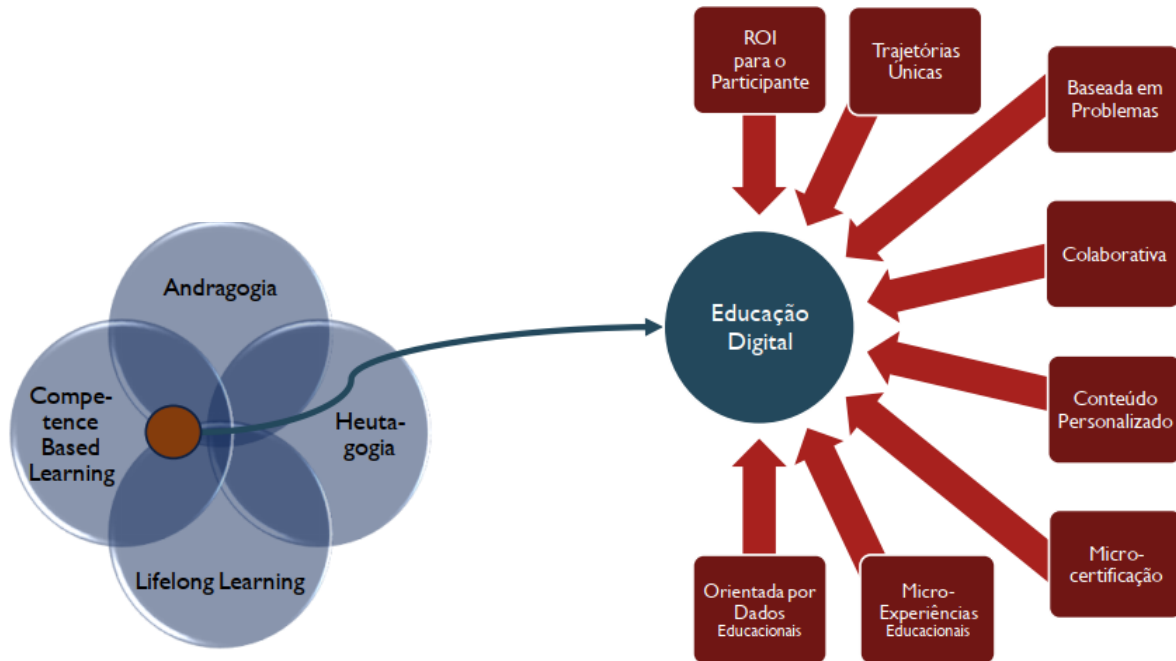


CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* ESPECIALIZAÇÃO
DESENVOLVIMENTO ÁGIL

1. Premissas dos Cursos de Pós-Graduação *Lato Sensu* EAD



2. Modelo Pedagógico



**Disciplinas
obrigatórias**
[5 disciplinas]



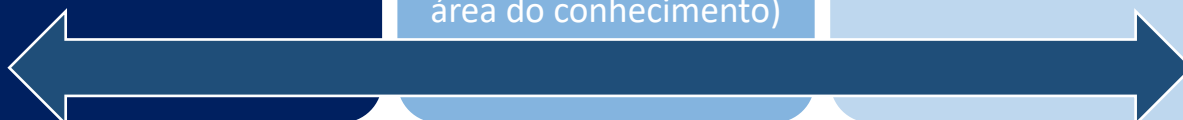
**Disciplinas
eletivas**

[5 disciplinas]
(a serem escolhidas
entre as disponíveis na
área do conhecimento)

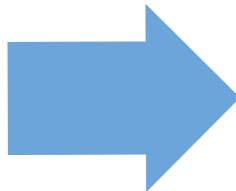


380h

[disciplinas
obrigatórias + eletivas]



2.1 Competências e Habilidades



Disciplinas
Obrigatórias

HARD SKILLS

- Englobam habilidades técnicas que o aluno precisa desenvolver (facilmente mensuráveis - fluência em um idioma, domínio de uma ferramenta, etc).

Disciplinas
Eletivas

SOFT SKILLS

- De transição menos orgânica, não são habilidades “suaves” ou “leves”, mas aquelas que lidam com resolução de problemas, com a relação e interação com os outros (colaboração, flexibilidade, trabalhar sob pressão, comunicação, orientação para resultados, liderança de equipe).

2.2 Duração do Curso e das Disciplinas

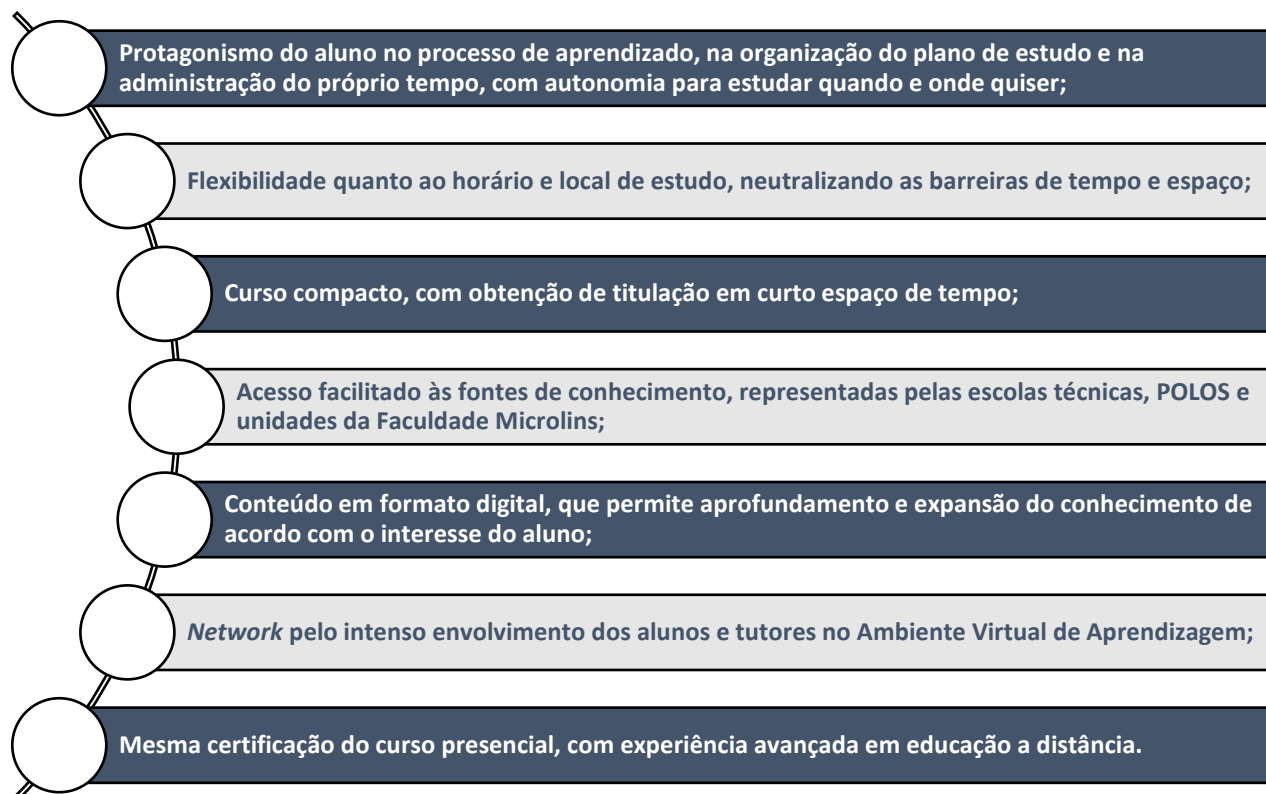
Duração do Curso

O aluno dispõe de 6 meses (prazo mínimo) ou 12 meses (prazo máximo) para a conclusão do curso.

Duração das Disciplinas

Elas têm prazo de 10 a 30 dias para serem cumpridas.

2.3 Diferenciais competitivos



Curso

DESENVOLVIMENTO ÁGIL

Sobre o Curso

A Pós-Graduação em Desenvolvimento Ágil visa desenvolver competências estratégicas para gestão de projetos e preparar você para a elaboração e condução de projetos ágeis, tornando-o um especialista nas metodologias inovadoras que entregam os melhores resultados às organizações.

Perfil de Formação

A pós-graduação em Desenvolvimento Ágil prepara profissionais para a aplicação de técnicas e conceitos científicos necessários para atuar como gestores de projetos. Os alunos são capacitados para atuar em ambientes complexos com uso de abordagens inovadoras em busca de resultados eficazes de seus projetos.

O objetivo do curso é capacitar profissionais para a gestão de projetos e produtos que sejam imprescindíveis nas lideranças de grandes empresas e organizações. Nossos alunos são estimulados a criar estratégias e práticas inovadoras na área administrativa. O curso servirá para eles como um propagador de boas práticas e os tornará aptos a conduzir projetos de forma sistêmica e padronizada. Os profissionais são capacitados para planejar, acompanhar e encerrar projetos de forma ágil com base nas últimas tendências do mercado.

Disciplinas Hard Skills

- **Gestão de Projetos (38h):** metodologia de gestão de projetos. Ciclo de vida da gestão de projetos. Planejamento e organização do trabalho do projeto. Ferramentas de planejamento e acompanhamento de projetos. Planejamento de recursos humanos e montagem da equipe. Gerenciamento da equipe. Processos de gerenciamento de projetos.

- **Gestão de Times – Métodos Ágeis (38h):** universo dos métodos ágeis. Framework Scrum. Product owner. Time de desenvolvimento. Scrum master. A sprint e seu planejamento. Sprint review. Sprint retrospective. Backlog do produto. Backlog do sprint. Transparência do artefato.

- **Mediação de Conflitos nas Organizações (38h):** fundamentos, gestão efetiva. Teorias e abordagens. Papel do mediador. Ética e valores. Preparação e planejamento da mediação. Abertura e exploração das questões em conflito. Busca de soluções. Acordo e encerramento da mediação. Conflitos interpessoais e de equipe. Conflitos entre líderes e subordinados. Conflitos com clientes e fornecedor. Conflitos organizacionais e culturais. Princípios éticos. Dilemas éticos e tomada de decisão em mediação. Gestão de emoções. Desafios e práticas avançadas na mediação de conflitos.

- **Inteligência Artificial e a Engenharia de Prompt para Negócios (38h):** fundamentos da Inteligência Artificial (IA), com foco especial na engenharia de prompt e sua aplicação no mundo dos negócios. Conceitos básicos de IA, o desenvolvimento e a otimização de prompts para maximizar a eficácia da IA em tarefas específicas, estratégias para a integração de soluções de IA em processos de negócios e a análise ética e responsável da tecnologia de IA. Machine learning, processamento de linguagem natural (PLN), geração de texto, análise de dados com IA e a criação de interfaces conversacionais eficazes.

- **Qualidade de Software (38h):** contextualização histórica, conceitos básicos e principais linhas de pensamento sobre a qualidade de software. Qualidade de Produto x Processo.

Padrões da Qualidade: Normas ISO 9000. Gerência da Qualidade. Melhorias de Processo. Modelos de Maturidade: CMMI; MR MPs; ISO 15504. Técnicas das Metodologias Ágeis. Métricas e medidas da qualidade de software.

Disciplinas Soft Skills

- A Arte da Criatividade: Gerando Ideias Inovadoras para o seu Negócio (38h): fundamentos da criatividade empresarial. Introdução à criatividade nos negócios. Processo criativo e geração de ideias. Fatores que afetam a criatividade empresarial. Cultura organizacional e criatividade. Ferramentas e técnicas para geração de ideias. Brainstorming e técnicas de geração de ideias. Design thinking e empatia. Prototipagem e experimentação. Análise de viabilidade e seleção de ideias. Implementação de ideias inovadoras. Plano de negócios para ideias inovadoras. Estratégias de financiamento e captação de recursos. Gestão de riscos em inovação. Desenvolvimento de parcerias e redes de inovação. Liderança e cultura de inovação. Liderança inovadora. Comunicação e gestão da mudança. Sustentabilidade e responsabilidade social na inovação. Avaliação e mensuração da inovação.

- Análise de Dados para Decisões Estratégicas (38h): conceitos e técnicas fundamentais de análise de dados que são essenciais para o processo de tomada de decisões estratégicas em ambientes empresariais. Os temas incluem estatística descritiva, probabilidade, inferência estatística, visualização de dados, big data, análise preditiva, machine learning e análise de dados para otimização de processos. Serão discutidos casos práticos para ilustrar como os dados podem ser transformados em insights estratégicos que impulsionam as decisões de negócios.

- Análise de Mercado - Tendência, Comportamento e Movimento (38h): análise de mercado. A formação profissional e seus desafios. Planejamento de carreira. Empreendedorismo. Tendências tecnológicas e suas implicações. Redes sociais. Cidades inteligentes e internet das coisas. O cenário econômico e suas implicações. Habilidades sociais

- Análise de Viabilidade Econômica e Financeira de Projetos (38h): conceitos e definições de projetos. Importância dos projetos nas organizações. Gestão estratégica de projetos. Controle e monitoramento de projetos. Importância do planejamento para a viabilidade de projetos. Viabilidade econômica e financeira de um projeto.

- **Análise e Pesquisa de Mercado (38h):** objetivos da pesquisa de mercado. Tipos, características e usos da pesquisa de mercado. O processo da pesquisa. Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. Estatística aplicada à pesquisa de mercado. Pesquisa de mercado e estratégias de comunicação.

- **Administração Mercadológica (38h):** conceitos gerais de marketing de varejo e serviços. Relações e diferenças de entre marketing de varejo e serviços. Demandas de mercado. Estratégias de marketing de varejo e serviços. Composto de marketing de serviços. Pesquisa de mercado. Plano de ação de marketing na organização. Marketing de serviços e o atendimento ao consumidor. Fatores de tomada de decisões de marketing de varejo e atacado. Marketing de varejo. Tendências em gestão de marketing de varejo. Estratégias de marketing no setor de varejo e atacado. Pesquisa e elaboração do mix de loja. Layout de loja e vitrines. Posicionamento de gôndolas. Técnicas de merchandising. Ferramentas para a tomada de decisão. Varejo tradicional e sua adequação à nova economia (e-commerce). Gestão de canais de venda. Tendências do varejo e do atacado.

- **Análise e Pesquisa de Mercado (38h):** objetivos da pesquisa de mercado. Tipos, características e usos da pesquisa de mercado. O processo da pesquisa. Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. Estatística aplicada à pesquisa de mercado. Pesquisa de mercado e estratégias de comunicação.

- **Análise Fundamentalista de Ações (38h):** foca no método de avaliação relativa. Serão estudados os princípios da análise fundamentalista, incluindo a avaliação de demonstrações financeiras, indicadores econômico-financeiros, e a comparação de múltiplos de mercado. A disciplina também explora técnicas para a seleção de ações baseadas em fundamentos sólidos, o uso de racionais financeiros para comparar empresas dentro do mesmo setor, e a interpretação de resultados para a tomada de decisões de investimento informadas.

- **Auditoria da Qualidade (38h):** avaliação do desempenho empresarial. O papel do controle interno. O papel da auditoria. Semelhanças e diferenças entre auditoria operacional e de gestão. O papel da auditoria na avaliação dos principais processos da organização. Papéis de trabalho e programas de auditoria. Relatórios. Foco da auditoria nos riscos. Foco da Auditoria nos Resultados. Foco da Auditoria nas Necessidades dos Clientes. O perfil desejável do auditor organizacional.

- **Avaliação de Desempenho de Pessoas (38h):** fundamentos teóricos e subsídios instrumentais e práticos para o processo de avaliação de desempenho de pessoas nas organizações. Métodos de avaliação de desempenho: métodos tradicionais e novas abordagens. Etapas da Avaliação de Desempenho. Gestão e Avaliação por Competências. Processos de autoavaliação, avaliação e feedback. Avaliação de potencial e desenvolvimento de carreira.

- **Avaliação de Empresas (38h):** fundamentos teóricos e práticos da valoração de empresas. Inclui a análise de demonstrativos financeiros, modelos de avaliação (fluxo de caixa descontado, múltiplos de mercado, valor patrimonial), avaliação de ativos intangíveis e aspectos legais e fiscais, além de explorar as abordagens estratégicas para a avaliação em diferentes contextos de mercado e para diferentes tipos de empresas.

- **Business Intelligence (38h):** introdução aos conceitos e aplicações de tecnologias *Business Intelligence* (BI) - visão empresarial, ferramentas computacionais e relação com sistemas de gestão como *Data Warehouse* e *Data Mining*.

- **CANVAS – Business Model Generation (38h):** modelo de negócios Canvas, uma ferramenta estratégica de gestão e empreendedorismo que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes. A ementa cobre os nove blocos fundamentais do Canvas: Segmentos de Clientes, Proposta de Valor, Canais, Relacionamento com Clientes, Fontes de Receita, Recursos Principais, Atividades-chave, Parcerias Principais e Estrutura de Custos. Serão abordados casos práticos para ilustrar a aplicação do Canvas em diferentes contextos de negócios, além de técnicas para a validação de hipóteses de mercado e o desenvolvimento de propostas de valor inovadoras.

- **Conceito de Cenários Prospectivos:** ambientes e Cultura Organizacionais. Ética e Responsabilidade Social. Determinantes organizacionais no hospital moderno. Planejamento e tomada de decisões. Estratégias Organizacionais e tipos de Organização Hospitalar. Ferramenta de Suporte e de Gestão hospitalar. A Gestão da Qualidade nos hospitais. Instrumentos dos bens patrimoniais do hospital. Gestão de Suprimentos na administração hospitalar.

- **Coaching e Planejamento de Carreiras (38h):** coaching e planejamento de carreiras: conceitos, fundamentos do coaching. Avaliação de habilidades e interesses. Estabelecimento de metas de carreira. Ferramentas de coaching. Desenvolvimento de habilidades pessoais. Comunicação efetiva. Gerenciamento do tempo e produtividade.

Tomada de decisão e resolução de problemas. Inteligência emocional e autocontrole. Estratégias de desenvolvimento de carreira. Networking e relacionamentos profissionais. Preparação de currículo e entrevista de emprego. Planejamento de educação continuada. Empreendedorismo e autonomia profissional. Ação e avaliação de resultados. Implementação do plano de carreira. Acompanhamento e ajustes no plano. Resolução de desafios e obstáculos.

- **Criatividade, Storytelling e Design Thinking (38h):** Criatividade - fundamentos, conceitos e teorias. Processos cognitivos, fatores internos e externos, diferentes abordagens. Medição e Avaliação da Criatividade. Storytelling: Teorias e aplicações: elementos fundamentais, narrativas e cultura. Psicologia do Storytelling, storytelling digital e transmídia. Design Thinking: fundamentos, processos, ferramentas e diferentes contextos. Aplicações práticas de criatividade. Storytelling e Design Thinking: Solução de problemas, Comunicação efetiva, inovação, integração de competências.

- **Clusters e Redes Empresariais de Negócios (38h):** clusters e redes empresariais: definição e importância. Tipos de clusters. Vantagens dos clusters empresariais: desvantagens e desafios. Formação e gestão. Processo de formação de clusters. Governança e coordenação em clusters. Desenvolvimento de recursos em clusters. Avaliação e medição de desempenho em clusters. Redes empresariais e colaboração Inter organizacional. Tipos de redes empresariais. Vantagens da colaboração Inter organizacional. Desafios e riscos em redes empresariais. Boas práticas na gestão de redes empresarial. Tendências e futuro de clusters e redes empresariais. Tendências emergentes em clusters e redes empresariais. Globalização e clusters empresariais. Sustentabilidade e responsabilidade social em clusters. Desafios e oportunidades futuras.

- **Comunicação Integrada ao Marketing (38h):** conceitos, fundamentos, estratégias. Elementos que compõem o CIM, técnicas de planejamento, métricas e indicadores. Publicidade na CIM, campanhas publicitárias, mídias disponíveis, estratégias de promoção de vendas, merchandising. Relações públicas na CIM, gestão da imagem corporativa, eventos e patrocínios, marketing direto e database marketing, relacionamento com o cliente (CRM). Marketing digital na CIM, estratégias online, mecanismos de busca, SEO) e marketing de conteúdo, plataformas e canais de comunicação com os consumidores, resultados das estratégias de marketing digital.

- **Construindo uma Presença Digital Vencedora – Estratégias de Marketing Online (38h):** Fundamentos do marketing digital. Introdução ao marketing digital. Estratégias de

marketing de conteúdo. SEO (otimização de mecanismos de busca). Marketing em redes sociais. Publicidade e anúncios online. Publicidade online: PPC (pago por clique). Publicidade em redes sociais. Publicidade de display e remarketing. Métricas e análises de campanhas online. E-mail marketing e automação. E-mail marketing estratégico. Automação de marketing. Segmentação de audiência. Testes a/b e otimização de conversão. Estratégias avançadas e tendências em marketing digital. Marketing de influência. Estratégias de vídeo marketing. Mobile marketing e tendências. Análise de tendências futuras.

- **Consultoria Organizacional (38h):** campo de trabalho, teorias e modelos organizacionais. O consultor como agente de mudança. Ética e governança na consultoria. Processos e metodologia de consultoria. Fases do processo de consultoria. Planejamento e estratégia de intervenção. Gestão de projetos de consultoria. Monitoramento e avaliação em consultoria. Habilidades e ferramentas do consultor. Técnicas de coleta e análise de dados. Comunicação efetiva e feedback. Tomada de decisão e solução de problemas. Tecnologia e inovação na consultoria. Prática da consultoria no contexto organizacional. Gestão de relacionamento com o cliente. Adaptabilidade e consultoria em setores variados. Marketing e gestão de negócios de consultoria. Tendências futuras em consultoria organizacional.

- **Comportamento do Consumidor (38h):** Fundamentos do comportamento do consumidor. Processo de decisão de compra. Influências internas e externas no comportamento do consumidor. Comportamento do consumidor e marketing. Segmentação de mercado e comportamento do consumidor. Pesquisa de comportamento do consumidor. Comportamento do consumidor em ambientes digitais. Estratégias de marketing baseadas no comportamento do consumidor. Fatores psicológicos e sociológicos. Psicologia do consumidor. Sociologia do consumidor. Comportamento do consumidor e sustentabilidade. Comportamento do consumidor e ética. Tendências e inovações no comportamento do consumidor. Novas tecnologias e o comportamento do consumidor. Personalização e comportamento do consumidor. Consumidor em mercados emergentes. futuro do comportamento do consumidor.

- **Comunicação Integrada ao Marketing (38h):** comunicação integrada ao marketing: conceitos, fundamentos, estratégias. Elementos que compõem o CIM, técnicas de planejamento, métricas e indicadores. Publicidade na CIM, campanhas publicitárias, mídias disponíveis, estratégias de promoção de vendas, merchandising. Relações públicas na

CIM, gestão da imagem corporativa, eventos e patrocínios, marketing direto e database marketing, relacionamento com o cliente (CRM). Marketing digital na CIM, estratégias online, mecanismos de busca, SEO) e marketing de conteúdo, plataformas e canais de comunicação com os consumidores, resultados das estratégias de marketing digital.

- **Criptomoedas (38h):** o que são criptomoedas. O que é uma moeda, O que é o Bitcoin. Características do Bitcoin. Como funciona o Bitcoin. Endereços. Corrente de blocos (Blockchain). O segredo do Blockchain. Como as transações são anônimas. O que é uma carteira de Bitcoin. Mineração. O que Halving. Volatilidade. Corretoras nacionais e internacionais. Como fazer a primeira análise de uma moeda - GRÁFICOS. Quanto investir em criptomoedas. Formação de mercados e seus ciclos. Modelo baseado no método Richard Wickoff.

- **Cultura Digital para o Mundo do Trabalho (38h):** conceito de hardware e software. Definição de sistemas operacionais. História do computador. Noções de redes de computadores e da Internet. Evolução dos computadores e dos dispositivos móveis. Noções do Windows e suas configurações básicas. Processadores de texto e o MS-Word. Planilhas eletrônicas e o MS-Excel. Geradores de apresentações e o MS-PowerPoint. Computação em nuvem com o MS-OneDrive. MS-Teams. MS-Planner. MS-Outlook. MS-ToDo. MS-PowerAutomate.

- **Desenvolvimento de Produtos e Engenharia de Valor (38h):** desenvolvimento de produtos e Engenharia de valor. Conceitos básicos de desenvolvimento de produtos. Processo de desenvolvimento de produtos. Engenharia de valor como abordagem de melhoria. Planejamento de projeto de desenvolvimento de produtos. Análise de valor e seleção de alternativas. Análise de valor (Value Analysis). Avaliação de alternativas de projeto. Técnicas de otimização e simulação. Gerenciamento de riscos em desenvolvimento de produtos. Prototipagem e validação de projeto. Prototipagem rápida. Testes e validação de produto. Integração de feedback do cliente. Documentação e relatórios técnicos. Implementação e melhoria contínua. Implementação de projeto de produto. Monitoramento de desempenho de produto. Avaliação de ciclo de vida e sustentabilidade. Melhoria contínua e inovação.

- **Design Thinking (38h):** princípios e fundamentos. Etapas do processo de design thinking. Empatia e compreensão do usuário. Ferramentas. Ideação e criatividade. Geração de ideias. Seleção e priorização de ideias. Prototipagem rápida: teste e refinamento, implementação e execução. Planejamento de implementação. Colaboração e trabalho em

equipe. Gerenciamento de mudanças. Avaliação de resultados. Aplicação avançada e inovação contínua. Design thinking avançado. Cultura de inovação. Aplicação setorial. Projeto de solução com design thinking.

- **Design Thinking para Soluções Inovadoras em Marketing (38h):** design thinking em marketing - fundamentos. Abordagem centrada no ser humano. Definição de desafios em marketing. Brainstorming e geração de ideias. Prototipagem e testes em marketing. Prototipagem rápida de soluções. Testes com usuários e coleta de feedback. Análise de resultados e iteração. Implementação de estratégias inovadoras. Design thinking em segmentação e personalização. Segmentação de mercado. Personas de compradores. Personalização de conteúdo. Jornada do cliente. Aplicação avançada do design thinking em marketing. Inovação em produtos e serviços. Medição de sucesso e métricas de marketing. Design thinking e transformação digital. Apresentação de projetos e futuras aplicações.

- **Economia Criativa e Fontes de Recursos (38h):** o fenômeno criativo e suas múltiplas formas de manifestação. Fases do processo criativo e formas de potencialização. Características da economia criativa. O processo criativo na economia. Gestão da economia criativa. Relação entre sustentabilidade e as empresas. Prática, gestão e sustentabilidade empresarial, Comunicação e transparência na sustentabilidade empresarial. Tripé da sustentabilidade e cada um de seus componentes. Criatividade como recurso econômico. A indústria criativa brasileira. Discussão sobre a capacidade das cidades de transformar sua trama socioeconômica ao olharem para sua essência.

- **Elaboração e Gestão de Contratos (38h):** contexto da existência dos contratos. Definição de contrato. Evolução histórica do conceito de contrato e seus reflexos nos dias atuais. Contrato no Direito Romano. Contrato no Direito Medieval. Contrato no Direito Moderno. Estrutura de um contrato e seus princípios enformadores. Objetivos do contrato e sua relação com princípios fundamentais. Elementos indispensáveis ao contrato e partes essenciais. Requisitos de validade de um contrato. Identificação de alguns tipos de contratos na prática. Análise da classificação dos contratos no Código Civil. Contratos empresariais. Contratos de trabalho. Outros tipos de contratos. Importância da gestão de contratos. Benefícios da gestão contratual e boas práticas contratuais. Processos de renovação, rescisão e outras medidas extrajudiciais. Plataformas de contratos eletrônicos.

- **Empreendedorismo (38h):** definições de empreendedorismo: empreendedor (dono do próprio negócio) e intraempreendedor (construindo a sua carreira como funcionário).

Características e perfil do empreendedor. Roteiro para abertura de uma empresa (empreendedor individual, micro e pequenas empresas, empresas de grande porte). Construção do plano de negócio. Fontes de financiamento.

- Engenharia de Usabilidade (38h): fundamentos, técnicas e metodologias da Engenharia de Usabilidade - interação humano-computador, inspeção de usabilidade visando aprimorar a experiência do usuário em sistemas interativos. Serão discutidos temas como design centrado no usuário, avaliação de usabilidade, prototipagem de interfaces usáveis, interfaces responsivas e adaptativas, testes de usabilidade, gamificação e UX no design de interfaces, interfaces e sistemas interativos e questões éticas da engenharia.

- Estratégia de Gestão e Organização (38h): antecedentes históricos da administração. Abordagem Clássica. Teoria das relações Humanas e suas decorrências. Abordagem comportamental. Teoria Sistêmica e Contingencial. Estratégia empresarial. Escolas da estratégia. Estratégia de mercado. Estratégia competitiva. Estratégia de operações de serviços.

- Estratégias de Crescimento para Startups (38h): estratégias essenciais para o crescimento sustentável de startups, focando em técnicas de modelagem de negócios, marketing digital, captação de recursos, e inovação disruptiva. A ementa inclui tópicos como análise de mercado, estratégias de escalabilidade, parcerias estratégicas, e métricas de crescimento. O curso também explora estudos de caso de startups bem-sucedidas para ilustrar as aplicações práticas das teorias discutidas.

- Estratégia de Gestão e Organização Empresarial (38h): antecedentes históricos da administração. Abordagem Clássica. Teoria das relações Humanas e suas decorrências. Abordagem comportamental. Teoria Sistêmica e Contingencial. Estratégia empresarial. Escolas da estratégia. Estratégia de mercado. Estratégia competitiva. Estratégia de operações de serviços.

- Estratégias de Marketing (38h): decisões de Produtos. Conceitos de produto. Desenvolvimento e Gerenciamento de produtos. Marketing de Serviços e de organizações sem fins lucrativos. Decisões de distribuição. canais de marketing. Gestão da cadeia de suprimentos. Varejo. Estratégias de promoção e de comunicações. Comunicação. Integrada de Marketing. Publicidade e Relações Públicas. Promoção de Vendas e Venda pessoal. Decisões de Preço, conceito de precificação e decisão do preço correto.

- **Estratégias de SEO e SEM no Marketing Digital (38h):** fundamentos de SEO (otimização de mecanismos de busca). Introdução ao SEO. Pesquisa de palavras-chave. SEO on-page. SEO técnico e auditoria de sites. Estratégias avançadas de SEO. SEO off-page e construção de backlinks. SEO local. SEO para e-commerce. Monitoramento e análise de SEO. Fundamentos de sem (marketing de mecanismos de busca). Introdução ao SEM. Google ADS (publicidade no google). Bing ADS e publicidade em mecanismos de busca alternativos. Remarketing e segmentação de audiência. Estratégias avançadas de sem e integração com SEO. SEM avançado e otimização de campanhas. Análise de ROI (retorno sobre investimento) em SEM. integração de SEO e SEM. apresentação de estratégias integradas.

- **Ferramentas da Qualidade (38h):** conceitos, ferramentas e técnicas estatísticas do gerenciamento e controle de qualidade. Ferramentas de controle de qualidade, variações aleatórias e variações identificáveis de um processo. A base estatística de gráficos de controle, amostragem, planos de amostragem.

- **Finanças e Captação de Recursos (38h):** fundamentos de finanças e as estratégias essenciais para a captação de recursos em diferentes contextos. Inclui o estudo de análise financeira, planejamento fiscal, fontes de financiamento, e estratégias de negociação com investidores. A ementa cobre também conceitos de valorização de empresas, modelos de previsão financeira, estruturas de capital, e compliance regulatório.

- **Formação de Preços (38h):** conceito de preço. Composição do preço. Gastos, despesas e custos. Receita e lucro. Aspectos tributários. Impostos municipais. Impostos estaduais. Impostos federais. Margem de contribuição. Ponto de equilíbrio. Margem de segurança. Margem de lucro. Markup. Ciclo de vida do produto. Definindo o método de formação de preço. Adequando o preço.

- **Fundamentos de Marketing (38h):** conceitos básicos da administração e sua evolução, da organização de empresa e dos diversos tipos de organização. Fundamentos da administração: planejamento, organização, direção e controle. Ambiente das empresas. Missão e visão da empresa e seus objetivos e metas. Conhecimentos necessários sobre planejamento estratégico. Princípios e o sistema de marketing. Macro e microambiente de marketing. Gestão de marketing nas organizações e o marketing mix para produtos e serviços. Aspectos estratégicos de marketing e sua aplicação a realidade brasileira. Sistema do comércio e o ambiente de marketing. Planejamento, implementação e acompanhamento de ações de marketing. Conceitos de marketing. Sistemas de marketing.

Segmentação e tipos de mercado. Composto de marketing e mix de produto. Ambientes do marketing.

- **Geomarketing (38h):** aplicação de técnicas geográficas no contexto do marketing. A disciplina cobre a análise espacial de dados, uso de sistemas de informações geográficas (GIS), segmentação de mercado baseada em localização, planejamento estratégico de vendas e distribuição, e o impacto da localização no comportamento do consumidor. Também são abordados tópicos como mapeamento de dados, técnicas de visualização e a integração de dados geográficos com outras fontes de informação.

- **Gestão Comercial (38h):** panorama conceitual do comércio nas organizações. Marketing e comunicação. Setores integrados. Planejamento de vendas e políticas comerciais. Gestão de pessoas no setor comercial. Administração de força de vendas. Comportamento organizacional. Liderança. Comportamento do consumidor. Estratégia no ambiente interno. Indicadores de desempenho. Gestão de cadeia de Suprimentos. Definição e tipos de promoção. Instrumentos e ferramentas de avaliação de desempenho comercial.

- **Gestão da Cadeia de Suprimentos (38h):** conceitos sobre cadeia de suprimentos. Logística versus supply chain. Logística reversa. Gestão da cadeia de suprimentos. Recursos humanos na supply chain. Gestão de compras na supply chain. Marketing na supply chain. Tecnologias da informação na supply chain. A área de produção. Sistemas de produção. Planejamento e controle da produção. Indicadores de desempenho da produção. Estratégias competitivas. Estratégias de fornecimento. Gestão do global supply chain. Gerenciamento de riscos na supply chain.

- **Gestão da Inovação e Competitividade (38h):** a inovação nas organizações empresariais: elementos básicos para a empresa tornar-se inovadora. Tecnologia e inovação tecnológica. Invenção e inovação. Processo de inovação. A melhoria gradual e a melhoria radical. Fontes de inovação. Princípios de inovação. A inovação como fator de competitividade. Inovação do conceito de negócio. Modelos de gestão da inovação.

- **Gestão da Produção (38h):** Administração da produção. Papel estratégico e objetivo da produção. Estratégia de produção. Sistemas de Produção. Arranjo físico para a produção. Desenvolvimento de produto. Cadeia de suprimentos e produção. Planejamento e Controle da Demanda.

- **Gestão da Qualidade (38h):** definição e evolução do conceito de Qualidade. Gestão da Qualidade. A Evolução da Qualidade. Qualidade de Produto. Qualidade de Serviço. O

processo da Gestão da Qualidade. Implementando a Qualidade – Ferramentas e Normas. Manutenção/ melhoria de padrões: processo de avaliação de projetos TQC. A Gestão da Qualidade Total (TQM). A natureza humana da Qualidade. Estratégia Empreendedora para a Qualidade Total.

- Gestão da Tecnologia da Informação e Comunicação (38h): o avanço da tecnologia e a organização digital. O profissional do século XXI. Gestão de tecnologia da informação. Informática: Hardware e Software. A área de TI e seus conhecimentos técnicos. Governança Corporativa e a Governança de TI. Sistemas de Informações Gerenciais (SIG). Gestão estratégica em Tecnologia da Informação. Big data e tecnologias exponenciais. IA na gestão de TI: riscos e conflitos.

- Gestão de Compras e Negociação (38h): fundamentos de finanças e as estratégias essenciais para a captação de recursos em diferentes contextos. Inclui o estudo de análise financeira, planejamento fiscal, fontes de financiamento, e estratégias de negociação com investidores. A ementa cobre também conceitos de valorização de empresas, modelos de previsão financeira, estruturas de capital, e compliance regulatório.

- Gestão de Custos e Finanças (38h): classificação e rateio dos custos. Departamentalização. Custeio por absorção. Custeio variável ou direto. Relação custo-volume-lucro. Alavancagem operacional. Formação de preço de venda. Impostos incidentes sobre preço de venda. Lei nº 6.404/76 e implementação da Lei nº 11.638/07. Teoria das restrições.

- Gestão de Custos, Riscos e Perdas (GCRP) (38h): a logística e a economia atual. Conceitos inerentes a gestão logística (custos básicos e custos aplicados). Custos de armazenagem e movimentação. Custos de transportes (rodoviário, ferroviário, aeroviário, dutoviário, aquaviário, intermodalidade e multimodalidade). Custos de embalagens. Custos de manutenção do estoque (oportunidade, impostos e seguros, estocagem, riscos e custo total). Custos de tecnologia de informação (TI). Escrituração dos Custos tributários. Custos decorrentes de nível de serviço. Custos associados aos processos logísticos (abastecimento, de planta e distribuição). Apuração do custo logístico total (cálculo do custo logístico total e modelo de hierarquia de custo total para competitividade na cadeia de suprimentos). Visibilidade dos custos logísticos. Balanced Scorecard (BSC) e os indicadores de desempenho na logística. Valor econômico agregado (EVA). Custeio baseado em atividades (ABC). Outros métodos de custeio aplicados a logística.

- **Gestão de Equipes (38h):** fundamentos de uma empresa. Gestão de mudanças: condições e habilidades necessárias. Teorias da liderança: traços e comportamental. Teorias situacionais. Motivação. Comunicação.
- **Gestão de Estoque (38h):** sistemas básicos de estocagem, movimentação e manuseio de materiais no recebimento, processamento e distribuição. Compra: procedimentos, indicadores da gestão do estoque, elaboração de orçamento dos estoques, utilização da curva ABC, cálculo do custo dos estoques, cálculo do giro do estoque e cálculo dos estoques de segurança e lote econômico de compra, contagem de inventário. Apresentação dos tipos de instalações de armazenagem e suas finalidades. Tendências das instalações de armazenagem, análise embalagens e volumes de estoques. Gestão do fluxo operacional e de sistemas. Indicadores de desempenho. Operação e estoque de segurança.
- **Gestão de Eventos (38h):** fundamentos da gestão de eventos. Tipos e formatos de eventos. Principais stakeholders na gestão de eventos. Tendências e inovações em eventos. Planejamento e organização. Definição de objetivos e metas. Planejamento logístico e operacional. Estratégias de marketing e comunicação. Orçamento e controle financeiro. Execução e gerenciamento. Coordenando e supervisionando atividades. Tecnologia e ferramentas para gerenciamento de eventos. Gestão de riscos e soluções de contingência. Engajamento e experiência do participante. Avaliação e sustentabilidade. Coleta de feedback e avaliação de resultados. Estratégias de follow-up e manutenção de relacionamentos. Práticas sustentáveis em eventos. Planejamento e estratégias para futuros eventos.
- **Gestão de Marketing (38h):** conceitos básicos da administração e sua evolução, da organização de empresa e dos diversos tipos de organização. Fundamentos da administração: planejamento, organização, direção e controle. Ambiente das empresas. Missão e visão da empresa e seus objetivos e metas. Conhecimentos necessários sobre planejamento estratégico. Princípios e o sistema de marketing. Macro e microambiente de marketing. Gestão de marketing nas organizações e o marketing mix para produtos e serviços. Aspectos estratégicos de marketing e sua aplicação a realidade brasileira. Sistema do comércio e o ambiente de marketing. Planejamento, implementação e acompanhamento de ações de marketing. Conceitos de marketing. Sistemas de marketing. Segmentação e tipos de mercado. Composto de marketing e mix de produto. Ambientes do marketing.

- **Gestão de Pessoas (38h):** ambiente de gestão de pessoas. Gestão estratégica de pessoas. Avaliação estratégica de pessoas. Capital intelectual da empresa. Gestão de pessoas por competências. Novas competências humanas e organizacionais. Gestão por competências e estratégia organizacional. Gerenciamento de conflitos.

- **Gestão de Recursos Humanos e Carreiras (38h):** por meio de uma visão holística, introduzir o conceito da administração de cargos e salários, subsistemas de RH, e seus aspectos críticos e posicionamento hierárquico dentro da empresa. Conhecer os fatores de remuneração e sua interação com outras políticas e práticas de gestão de pessoas. Conhecer a relação entre remuneração e motivação do funcionário. Compreender os métodos de avaliação e classificação de cargos. Conhecer tipos de salários, benefícios e remuneração. Compreender treinamento e desenvolvimento. Compreender estrutura de carreira, recompensas e incentivos.

- **Gestão de Riscos (38h):** contextualização da evolução do homem e seus conflitos. Principais conceitos e natureza dos riscos. Gerenciamento dos riscos e sua importância. Princípios gerais da gestão de riscos. Processo da gestão de riscos. Objetivos e normas do gerenciamento de riscos. Estrutura e responsabilidades. Causas e consequências. Classificação dos riscos. Processo de avaliação da gestão de riscos. Processo de planejamento. Identificação dos riscos. Matriz de Impacto e Probabilidade de Riscos. Formas de mitigação e controle de riscos. Estudos de caso. Gestão de riscos e a administração pública. Gestão de riscos no meio jurídico. Gestão de riscos na área da saúde. Gestão de riscos no ambiente corporativo.

- **Gestão de Riscos em Investimentos (38h):** A gestão de riscos em instituições financeiras. O processo de identificação de riscos. Tipos de riscos. As análises qualitativa e quantitativa dos riscos. O plano de respostas ao risco. A monitoração e o controle do risco. Estatísticas e análise de riscos. Análise de casos práticos.

- **Gestão de Startups (38h):** história, conceito e classificação das startups. Ecossistemas e parques tecnológicos. Etapas de planejamento de uma startup. Etapas de implantação de uma startup. Planejando o ciclo de vida e inovação do produto. Posicionando o produto com marketing digital. Estratégias de vendas e e-commerce. Canais de distribuição de produtos e serviços. Estruturando a sociedade. Atraindo talentos. Liderando pessoas inovadoras. Gestão por competência. Tecnologia da informação e comunicação nas startups. Incubação e aceleração de startups. Estruturando a startup para atração de investimentos. Terceirização da área meio.

- **Gestão de Suprimentos e Logística Empresarial (38h):** introdução à logística empresarial. Evolução do conceito de logística. Logística e vantagem competitiva. Análise do segmento de atuação empresarial. Elementos primários da gestão de suprimentos. Relações da logística com outras áreas da empresa. Segmentos e atividades da gestão de suprimentos. Objetivos primários da gestão de suprimentos. Classificação, codificação e padronização de materiais. Padronização e redução de variedade. Materiais, mercadorias, bens e cargas. Unitização de cargas. Gestão e controle de suprimentos. Políticas de controle de estoques. Custo de estoques e o lote econômico de compras. Função compras.
- **Gestão de Transportes (38h):** introdução e conceitos fundamentais em transportes. Matriz Modal: Intermodalidade e eficiência operacional. Desenvolvimento de sistemas de distribuição. Ciclo do pedido. estruturas de distribuição. posicionamento logístico Operações especiais de transporte. roteirização, milk run, x-dock, cross-docking, merge in transit. Restrições de tempo e capacidade. Previsão e controle de custos operacionais. Formação de preços. Transferência de cargas e remessas diretas. Organização e controle de manutenção de frota e equipamentos e instrumentos de apoio. Elaboração e emissão de documentos. Dimensionamento e substituição de frotas. Negociação de fretes, tarifas e cargas. Penalidades e medidas administrativas no transporte e distribuição. Operadores logísticos. Gestão de Risco. Seguros. Rastreamento e monitoramento dos traslados e tráfego.
- **Gestão Estratégica de Custos (38h):** contabilidade de custos, terminologia e implantação de sistemas de custos e sistemas de custeio. Análise de custos para tomada de decisões. Custo de oportunidade; custo meta; custeio do ciclo de vida; custo kaizen; custo da qualidade; custos para gerenciamento do overhead; elementos de custos para avaliação de lucratividade e decisão sobre terceirização; gerenciamento estratégico de custos: relacionamento com fornecedores e desenvolvimento de produtos e serviços. Atividades que agregam e não agregam valor. Rateio convencional e direcionamento de Custos. Roteiro de Implantação. Custeio Variável/Direto. Margem de Contribuição. Ponto de Equilíbrio. Alavancagem. Teoria das Restrições. Despesas e Ganhos. Restrições (Gargalos) Internos e Externos. Mix de Produção e Vendas. Formação de Preço de Vendas. Preço, Margem e Mark Up. Impostos Incidentes sobre o Preço. Preços e Custos à Vista e a Prazo.
- **Gestão Financeira (38h):** matemática elementar. introdução a Administração financeira. Moedas do Brasil. A Contabilidade. Estrutura do Sistema Financeiro Nacional. O papel das

Finanças. Finanças pessoais. Conceitos básicos de economia e indicadores. Análise e Planejamento. Análises de investimento. Políticas de Financiamento. Estudo da eficiência operacional da empresa. Análise da receita e do custo. Alavancagem. Formação do preço de vendas.

- **Gestão Financeira e Orçamentária (38h):** objetivos e funções da administração financeira. Decisões financeiras de investimento e financiamento em longo prazo. Avaliação de alternativas de investimento. Estrutura financeira e de capital e alavancagem financeira. Políticas de utilização de lucro líquido. Orçamento empresarial e demonstrações financeiras projetadas: elaboração e execução.

- **Governança Corporativa, Controle Interno e Compliance (38h):** origem do conceito da governança corporativa e funcionalidades. Agentes de governança, responsabilidade corporativa, princípios básicos e metodologia 8Ps. Governança como geração de valor e mecanismos de governança. Abordagem conceitual do compliance, principais tipos e aplicações do compliance. Normas brasileiras sobre compliance, órgãos reguladores e pilares do compliance. Controles internos, etapas de implementação do sistema de controles internos, benefícios e limitações. Componentes dos controles internos e princípios dos controles internos. Papel das empresas no combate à corrupção e as exigências atuais nesse sentido. Ética aliada à governança corporativa, compliance e controles internos. Gestão de riscos e GRC - Governança, Riscos e Compliance.

- **Gestão Lean e Smart Factory (38h):** fundamentos, práticas e estratégias para implementação dos conceitos de Lean Manufacturing e das fábricas inteligentes (Smart Factories) no contexto industrial moderno. Serão explorados os princípios do Lean para a maximização do valor e a minimização dos desperdícios em processos produtivos, bem como a integração de tecnologias avançadas como Internet das Coisas (IoT), Big Data, e inteligência artificial (IA) para a criação de ambientes de manufatura ágeis, eficientes e sustentáveis. A disciplina também abordará a transformação digital nas indústrias, a gestão da mudança, e a liderança necessária para a implementação bem-sucedida de uma Smart Factory.

- **Habilidades Socioemocionais Aplicadas ao Mundo do Trabalho (38h):** panorama geral das habilidades socioemocionais. Conceitos básicos e à importância das habilidades socioemocionais, definição e relevância no contexto profissional. Cenário atual do mundo do trabalho. Classificações das habilidades socioemocionais. Benefícios e os impactos positivos do desenvolvimento socioemocional. Autoconhecimento e Autogestão.

Autoconsciência e reconhecimento emocional. Autorregulação e o controle emocional. Autonomia e proatividade, resiliência e adaptação. Habilidades Sociais e Relacionamento. Empatia e escuta ativa. Comunicação assertiva. Trabalho em equipe e colaboração. Estratégias para resolver conflitos de forma construtiva. Tomada de Decisão e Responsabilidade Social. Decisões e impactos mais amplos. Pensamento crítico. Ética e integridade. Técnicas para solucionar problemas complexos. Reflexão sobre a cidadania organizacional. Sustentabilidade e responsabilidade social.

- Human Centred Design (38h): HCD (visão geral). Implementação de projetos em HCD. Implementação dos kits de ferramentas. Definição de cenários quanto ao uso. Resultados de saber ouvir (hear). Objetivos de saber criar (create). Resultados de saber criar (create). Criando as teorias. Teorias da implementação (deliver).

- Informática e Ferramentas de Produtividade (38h): estudo da História do Computador (do Ábaco à Internet das Coisas); História dos sistemas operacionais para microinformática do DOS ao Android; Configuração do Sistemas Operacional Windows; Configuração do Ambiente de Trabalho no Computador e no Celular; Processadores de Texto e o MS-Word; Planilhas Eletrônicas e o MS-Excel; Slides em MS-PowerPoint; Relatórios uma Apresentações com Textos e Imagens; Compartilhamento de Arquivos e Pastas na Nuvem com o MS-OneDrive; Comunicação e Organização do Trabalho com o MS-Outlook; Trabalho em Equipe; Estrutura e Comunicação em Equipe de um Projeto; Gerenciando Projetos com o MS-Planner; Internet e Segurança; Edição e Compartilhamento de Vídeos; Criação e Gerenciamento de Projetos e suas Atividades.

- Inteligência Artificial (38h): história e princípios fundamentais da IA. Como a IA trata a incerteza e como toma decisões. Processos de aprendizado da IA. Apresentação dos modelos avançados de comunicação.

- Inteligência Artificial Aplicada ao Marketing Digital (38h): explora a integração da tecnologia de inteligência artificial (IA) nas estratégias de marketing digital. Abrange temas como análise de dados para personalização de campanhas, automação de marketing, chatbots para serviço ao cliente, otimização de motores de busca (SEO) e publicidade programática. Os alunos aprenderão sobre as ferramentas e técnicas de IA mais recentes que estão transformando o marketing digital, incluindo machine learning, processamento de linguagem natural (PLN), sistemas de recomendação, e análise preditiva.

- **Inteligência Artificial Aplicada ao Mercado Financeiro (38h):** oferece uma visão abrangente sobre como a inteligência artificial (IA) e o machine learning estão transformando o setor financeiro. Cobrindo desde os fundamentos teóricos até aplicações práticas, os alunos explorarão técnicas de análise preditiva, algoritmos de trading automatizado, gestão de risco com IA, e personalização de serviços financeiros. Serão abordados conceitos chave como processamento de linguagem natural (PLN) para análise de sentimentos em mercados, redes neurais para previsão de séries temporais financeiras, e a ética no uso de IA no setor financeiro.

- **Inteligência de Mercado e Oportunidades de Negócios (38h):** inteligência de mercado - conceito, elementos e técnicas de coleta e organização de dados. Ambiente de negócios, identificação de tendências e mudanças que podem gerar oportunidades. Segmentação de mercado e identificação do público-alvo, critérios e técnicas de pesquisa, ferramentas de análise. Segmentação de mercado e público alvo: análise da concorrência e a identificação de nichos de mercado, estratégias para aproveitar oportunidades em segmentos pouco explorados.

- **Liderança e Desenvolvimento de Equipes (38h):** conceito de grupo e equipe segundo o olhar de alguns autores da área. Os tipos de grupos e equipes: primário; secundário; formal; informal; multifatoriais; virtuais; auto gerenciados; grupos temporários; equipe de resolução de problemas. Estrutura dos grupos: papéis; normas; status; regras; tamanho. Formação de equipes eficazes: contexto; composição; projeto e processo de trabalho; comunicação; tomada de decisão (individuais e grupais). Conceitos de liderança e a diferença entre líder e chefe; abordagens de liderança (teoria do traço e teoria comportamental). Estilos de liderança: coercitivo; dirigente; afetivo; treinador; líder transacional; líder transformacional; líder carismático; líder contingencial; líder situacional. Liderança nas fases de evolução de equipes: formação; tormento; normatizações; desenho; interrupção. Conceito de competência: CHA (conhecimento; habilidade; atitude); competência técnica (conhecimento e habilidade); competência comportamental (atitude). Perfil de competência do líder (o líder do século XXI). Conceito de eficiência e eficácia (o que é e quais são as características de uma liderança eficaz). Visão sistêmica: para tomada de decisão; para a gestão da equipe; para analisar situações de risco; para administrar crises; para definir metas. Liderança voltada para o resultado. Autoconhecimento: inteligência emocional; inteligência cognitiva; inteligência social; redução da rotatividade. Comunicação para equipes de alta performance: conceitos de comunicação e feedback;

feedback assertivo; comunicação não violenta. Programas de treinamento e desenvolvimento de lideranças e equipes (leader coach).

- **Liderança e Gestão de Equipes (38h):** a formação da equipe. Fundamentos do comportamento de grupo. Tipos de equipe. Formação de equipes eficazes. Liderança: Liderança versus chefia. Liderança nas fases de evolução de equipes. Características dos líderes. Estilos de liderança. Conceitos, habilidades e atitudes necessárias ao exercício da liderança aplicáveis à realidade organizacional, alavancadoras da eficiência e eficácia na condução de um negócio. Visão sistêmica imprescindível à gestão dos recursos empresariais. A liderança e os resultados. Mantendo e desenvolvendo a equipe.

- **Logística de Armazenagem (38h):** definições e conceitos. Armazenagem versus distribuição. Armazenagem versus gestão de estoques. Tecnologias aplicadas à armazenagem. Recebimento. Estocagem. Coleta. Expedição e distribuição. Políticas de gestão de estoques. Previsão de demanda. Modelos de gestão de estoques. Catalogação e codificação dos materiais. Equipamentos de movimentação e dispositivos de armazenagem. Localização, dimensionamento e mobiliário de um armazém. Segurança em armazéns. Conservação de armazéns.

- **Logística Internacional (38h):** logística na economia globalizada. Aspectos da logística globalizada. Estágios de operações globalizadas. Economia global integrada. Cadeia de suprimento globalizada. Globalização das estratégias de operações. Estratégias de mercado globais. Projeto de Rede Logística para operações globais. Comércio Exterior. Importação e Exportação. Operações especiais de exportação. Modalidades de exportação. Documentos especiais de exportação. Operações especiais com benefícios dos incentivos fiscais. Processo e procedimentos administrativos nas importações. Habilitação para importação. Procedimentos alfandegários e cambiais.

- **Logística Reversa (38h):** canais de distribuição reversos. Produto logístico de pós-consumo e fatores de influência na organização das cadeias produtivas reversas. Tipologia dos canais de distribuição reversos. Objetivo econômico e ecológico na logística reversa pós-consumo. Logística reversa dos bens de pós-venda: tipologia dos canais reversos e organização e objetivos estratégicos.

- **Marketing de Conteúdo – Atraindo Clientes e Fidelizando Audiências (38h):** fundamentos do marketing de conteúdo. Estratégia de conteúdo e público-alvo. Planejamento de conteúdo. Produção e formatos de conteúdo. Distribuição e promoção de

conteúdo. Canais de distribuição de conteúdo. Estratégias de SEO e conteúdo. Estratégias de mídias sociais. E-mail marketing e newsletter. Engajamento e conversão de audiência. Construção de comunidade online. Técnicas de engajamento de audiência. Funis de conversão e nutrição de leads. Métricas e análise de desempenho. Estratégias avançadas e tendências em marketing de conteúdo. Conteúdo interativo e experiências imersivas. Marketing de influência e colaborações. Conteúdo para dispositivos móveis. Tendências futuras em marketing de conteúdo

- **Marketing Eletrônico e Internacional (38h):** conceitos básicos de marketing. Marketing internacional. Ambiente econômico, social e cultural no contexto internacional. Ambiente político, jurídico e normativo no contexto internacional. Sistemas de informação no marketing internacional. Decisões sobre segmentação e determinação de alvos. Elementos estratégicos de vantagem competitiva. Análise e estratégia competitiva. Decisões de produto no marketing internacional. Decisões de precificação no contexto internacional. Distribuição e logística no contexto internacional. Decisões de promoção no contexto internacional. Modelos de negócios digitais. Planejamento de marketing digital. Ferramentas de marketing digital. Tendências em marketing digital.

- **Marketing e Propaganda Digital (38h):** os 4 P's do marketing tradicional. Os 4 P's adicionais do marketing digital. Personas e processos: a experiência do usuário. Posicionamento e performance da marca. As tribos do Facebook e Instagram: como atingi-los? Redes sociais profissionais e o LinkedIn. Como explorar o Youtube e seus youtubers. Podcasts e novas mídias sociais. Compra de cliques no Google AdWords. Campanhas de AdWords nas mídias sociais. Campanhas de AdWords no Youtube. SEO para ganhar cliques de graça. Ferramentas de Inbound marketing. Conversões com e-mail marketing. Análise de conversões. Chat bot e inteligência artificial para captação.

- **Mercado Financeiro e de Capitais (38h):** fundamentos do mercado financeiro. Moeda. Determinação da taxa de juros e do produto de equilíbrio. Balanço de pagamentos, política e mercado cambial. Configuração do sistema financeiro. Principais indicadores e títulos do SFN. Banco Comercial. Risco na atividade bancária. Mercados de ações, opções e futuros. Projeção de preço e risco (volatilidade) de ativos. Precificação e estratégias com opções de compra e venda. Estratégias com futuros. Comércio Exterior e Relações Internacionais.

- **Negociação Comercial e Negócios Eletrônicos (38h):** como diagnosticar problemas. Transformar as informações e dados coletados em instrumentos para tomada de decisões. Metodologias para resolução de tomadas de decisões. Estilos de negociação de conflitos.

Negociação como processo. Técnicas de negociação através da simulação e do estudo de casos. Estudo e compreensão das Técnicas de Negociação, da política de gestão comercial das empresas. Princípios e conceitos básicos do Sistema de Informação mercadológica. Conceitos básicos sobre E-commerce e e-Business. Terminologia específica de informação voltada ao varejo eletrônico. O comércio eletrônico. O mercado virtual. O impacto da internet sobre as estratégias de negócio.

- **Orçamento Empresarial e Fluxo de Caixa (38h):** conceito de Orçamento. Finalidade do Orçamento. Mecanismos Orçamentários. Implantação do Sistema Orçamentário. Elaboração do Orçamento nas Diversas Áreas: Orçamento de Vendas, Produção Operacional, despesas Operacionais. Consolidação do Orçamento: Balanço Projetado, Resultado Projetado, Fluxo de Caixa Projetado.

- **Planejamento Estratégico (38h):** estratégia empresarial; Escolhas da estratégia; Estratégia de mercado; Estratégia competitiva. Estratégia de operações de serviços; Unidade Estratégica; Conceitos planejamento estratégico empresariais com cenários interno, de mercado, economia e concorrência; Processo de Planejamento Estratégico de curto e longo Prazo; Metodologias e elaboração de plano estratégico.

- **Sistemas de Informações Gerenciais (38h):** teoria geral dos sistemas (TGS). Conceito de sistemas de informação. Componentes da informação. Gestão da tecnologia da informação. Sistemas de informação pela organização. Sistemas de tomada de decisão (SIG, DSS e EIS). Customer Relationship Management (CRM). Supply chain management (SCM). Tecnologia e inteligência empresarial. Conceito de inteligência empresarial. Data mining e data warehouse. ferramentas OLAP. Business Intelligence. Planejamento estratégico de tecnologia da informação. Planejamento estratégico de TI. Enterprise Resource Planning (ERP).

- **Trade de Marketing (38h):** desenvolve no aluno a capacidade de coordenação dos canais de distribuição (desde a origem até o consumidor final), utilizando processos como a seleção estratégica de canais de distribuição e o relacionamento com os membros dos canais. O aluno tomará conhecimento de conceitos, ferramentas e tendências da gestão de canais, abordando aspectos como distribuição física e eletrônica, gerenciamento de categorias, trade marketing e redes colaborativas.