



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Pós-Graduação *Lato Sensu*

Administração financeira, inovação digital e fintechs

Sumário

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento	3
2. Características Técnicas do Curso	3
3. Público-alvo	3
4. Critérios de Seleção	4
5. Justificativa do Curso	4
6. Objetivos do Curso	4
7. Competências e Habilidades do Egresso	5
8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem	6
9. Estágio Não Obrigatório	9
10. Matriz Curricular	10
11. Carga Horária	10
12. Conteúdo programático	11
13. Infraestrutura Física e Pedagógica	28

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Administração financeira, inovação digital e fintechs

Área de Avaliação (CAPES): Administração

Grande Área (CAPES): CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (600000007)

Área do Conhecimento (CAPES): 60201029 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

Classificação OCDE: 4 - Negócios, administração e direito

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 1000 alunos

Período de Oferecimento: O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

3. Público-alvo

Recomendado para profissionais graduados em administração, economia, ciências contábeis, engenharias e demais áreas que desejam formação em

nível superior consolidada em administração financeira, inovação, indicadores econômicos e bancos digitais e fintechs.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de inscrição no portal da Instituição e entrega dos documentos solicitados. Em seguida, analisados pela área competente.

5. Justificativa do Curso

O curso atende à demanda de profissionais que buscam competências relacionadas ao domínio dos princípios da administração financeira, analisando indicadores financeiros e avaliação econômica. Também traz conceitos de empreendedorismo e novos rumos do mercado. Discutirá as estratégias de marketing que mudaram através das redes sociais e como a transformação digital ocorre velozmente na sociedade atual.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

A especialização em Administração financeira, inovação digital e fintechs tem o objetivo de desenvolver e especializar o profissional para exercer cargos com ênfase na administração financeira e inovação digital. Fornece o preparo necessário para especializar o profissional em interpretar indicadores econômicos e financeiros e além disso discutir as estratégias de marketing que sofrem tantas mudanças através das inovações digitais.

6.2. Objetivos Específicos

- Apresentar as funções do profissional de finanças e os objetivos empresariais;
- Aprendizados sobre indicadores financeiros;
- Conceitos de empreendedorismo;
- Apresentar modelos de foresight;
- Inovação digital em bancos e fintechs;
- Conceitos de algoritmos criptográficos
- Diferença entre Enterprise Content Management (ECM) e Gestão Eletrônica de Documentos (GED).

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

O especialista em Administração financeira, inovação digital e fintechs desenvolve um conjunto de competências da área de finanças, inovação digital e estratégias de marketing, voltadas para capacitar na administração financeira, negócios na área de fintech e transformação digital. Para tal, o curso abordará com visão ampla e integrada temas atuais acerca de administração financeira, indicadores econômicos e financeiros, bancos digitais e fintechs e, certificação digital e blockchain.

Habilidades

- Dominar a capacidade de entender o ambiente de macro e microambiente na área de finanças;
- Aplicar e avaliar os principais índices e indicadores econômico-financeiros que circulam o cotidiano das pessoas e organizações.

- Compreender a transformação digital e os modelos de negócios baseados em banco digital e Fintech.
- Implementar procedimentos e técnicas que subsidiem a utilização de linguagem *solidity* para desenvolvimento e *smart contracts*.
- Entender diferença entre Enterprise Content Management (ECM) e Gestão Eletrônica de Documentos (GED);
- Compreender as estratégias de marketing que inovaram o mercado;
- Como entender novos rumos do mercado para inovar e começar o seu próprio negócio através de recursos digitais;
- Analisar ferramentas de criptografia.

8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

Estas 40 horas são compostas pelo estudo dos diversos insumos pedagógicos disponibilizados, como:

- ✓ materiais de leitura;
- ✓ videoaulas;
- ✓ slides;
- ✓ podcasts;
- ✓ indicações de leituras extras como artigos e capítulos de livros.

Como parte do modelo acadêmico, também contabilizamos:

- ✓ a interação com os tutores para esclarecimentos de dúvidas pedagógicas (via Fórum);
- ✓ a realização da avaliação disciplinar pelo aluno.

Vale ressaltar que cada aluno é único e tem seu próprio tempo para aprendizagem. Alguns conseguem assimilar o conteúdo com mais agilidade, outros precisam retomar as leituras e videoaulas para tornar sua aprendizagem efetiva.

O tempo gasto pelo aluno para o entendimento de cada disciplina depende também da sua familiaridade com o tema, ou seja, o conhecimento prévio que o aluno tem em relação a temática abordada.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades baseadas em leitura de textos de fundamentação teórica e acesso a recursos audiovisuais.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.
- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).
- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

Avaliação do Desempenho do Aluno

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de jubramento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas as condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

Certificação

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

Composição do Corpo Docente

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por

cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

9. Estágio Não Obrigatório

O estágio curricular não obrigatório tem como finalidade estimular o aluno a desenvolver atividades extracurriculares, para que possa inter-relacionar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e aplicá-los na solução de problemas reais da profissão, proporcionando o desenvolvimento da análise crítica e reflexiva para os problemas socioeconômicos do país, de acordo com a Resolução de Estágio curricular não obrigatório vigente na Instituição.

O estágio curricular não obrigatório do curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* segue as diretrizes estabelecidas pela Lei Nº 11.788/2008.

Os principais objetivos da prática do estágio curricular não obrigatório são:

- I. proporcionar o exercício do aprendizado comprometido com a realidade socioeconômica-política do país;
- II. propiciar a realização de experiências de ensino e aprendizagem visando à educação profissional continuada, alicerçada no desenvolvimento de competências e habilidades e ao exercício do pensamento reflexivo e criativo; e
- II. incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da cultura.

A carga horária é definida pela concedente de estágio, não podendo ultrapassar a carga horária máxima de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, as quais podem ser realizadas em empresas públicas ou privadas, instituição de pesquisa, órgãos governamentais e não governamentais, e as próprias unidades da Universidade, desde que sigam às condições adequadas para que o estagiário possa aprofundar os seus conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no curso.

Para o Curso de Pós-Graduação EAD, a prática do estágio curricular não obrigatório é permitida durante a vigência do curso, não podendo exceder em um mesmo campo de estágio o período de 2 (dois) anos.

Os estágios curriculares não obrigatórios devem estar apoiados em Termo de Compromisso e de comum acordo com a Instituição, devendo explicitar não somente os aspectos legais específicos, como também os aspectos educacionais e de compromisso com a realidade social.

O Planejamento do Estágio Curricular Não Obrigatório é de responsabilidade do coordenador de curso/professor orientador e também do Departamento de Estágios.

10. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0 h	0 h	0 h
Administração financeira	0 h	40 h	40 h
Apuração do E.V.A. (Economic Value Added)	0 h	40 h	40 h
Empreendedorismo e growth hacking	0 h	40 h	40 h
Foresight estratégico	0 h	40 h	40 h
Gestão de mercados e estratégias de marketing	0 h	40 h	40 h
Negociação e marketing empresarial	0 h	40 h	40 h
Bancos digitais e fintechs	0 h	40 h	40 h
Certificação digital e blockchain	0 h	40 h	40 h
ECM, GED e contratos inteligentes	0 h	40 h	40 h

11. Carga Horária

A carga horária de 360h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

12. Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Ensino a distância: características desta modalidade de estudo. A tecnologia e o ensino à distância. Legislação do Ensino a Distância no Brasil. Aspectos relacionados ao perfil no Ensino a Distância.

Competências e Habilidades:

- Compreender a modalidade de ensino a distância.
- Identificar uma relação entre tecnologia e educação no contexto do EAD;
- Discutir elementos da legislação do ensino a distância no Brasil;
- Refletir sobre o perfil do aluno em ensino a distância.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Ensino a Distância.

Conteúdo Programático 2: Tecnologia e educação.

Conteúdo Programático 3: Legislação do Ensino a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 4: Perfil do aluno no Ensino a Distância.

Bibliografia básica:

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - Lei n. 9.394/96**. Brasília, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 6 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP n. 7, de 18 de dezembro de 2018**. Brasília, 2018. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf. Acesso em: 6 dez. 2022.

GIL, H. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma 'humanização' em contexto educativo. 2014. **Boletim**

informativo Cybercentro Castelo Branco. Castelo Branco, 2014. Disponível em:
<https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MEYER, A. I. da S. (2022). Conceituando a Educação a Distância. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 1, p. 590-601, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/3835>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VAZ, M. L. de L.; RIBEIRO, F.; COSTA, L. A. da. Os desafios da educação a distância on-line e a remotividade na nova engenharia educacional. **Brazilian Journal of Science**, v. 1, n. 4, p. 79-86. Goiás, 2022. Disponível em: <https://www.brazilianjournalofscience.com.br/revista/article/view/79>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VIEIRA, D. M. L.; COSTA, L. A.; VAZ, M. L. L. Um novo olhar para a educação a distância. In: MACHADO, G. E.; COSTA, S. C.; SILVA, K. R. P. **Debates contemporâneos: perspectivas e reflexões atuais**. Santa Maria: Arco, 2021.

Bibliografia Complementar:

BAPTISTA, M. M. Internet: auxílio à educação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 16, p. 37- 44, [s. l.], 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23717>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância: uma visão integrada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAN, J. M.; MASETTO, M. T.; BEHRENS, M. A. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. 21. ed. Campinas: Papirus, 2013.

PIVA, D. J.; PUPO, R.; GAMEZ, L. et al. **EAD na prática: planejamento, métodos e ambientes de educação on-line**. São Paulo: Elsevier, 2011.

Disciplina: Administração Financeira

Ementa: princípios da administração financeira e seu papel no gerenciamento de recursos. As funções do profissional de finanças e os objetivos empresariais. Análise do macro e microambiente organizacional. Planejamento financeiro, indicadores de desempenho e demonstrações financeiras.

Objetivo: capacitar os estudantes nos principais conceitos, técnicas e ferramentas na administração financeira. Compreender e desenvolver uma visão integrada das atividades financeiras da empresa, bem como suas relações com o macro e micro ambiente empresarial e seus respectivos *stakeholders*. Otimizar as decisões empresariais, sob a ótica financeira para tomada de decisões, na manutenção da competitividade empresarial.

Competências e Habilidades:

- Reconhecer os conceitos da administração financeira nas organizações e o papel do profissional de finanças;
- Interpretar e dar suporte para tomada de decisões a partir dos instrumentos da área de finanças;
- Reconhecer os principais indicadores financeiros de desempenho organizacional;
- Desenvolver habilidade de liderança e de negociação em uma visão sistêmica da organização.

Conteúdo programático 1: Princípios da administração financeira, suas funções e áreas de decisão. O papel do administrador financeiro e o ambiente organizacional (macro e micro ambiente) e seus *stakeholders*.

Conteúdo programático 2: Objetivos empresariais, instituições e mercado financeiro. Índices financeiros (liquidez, atividade, endividamento).

Conteúdo programático 3: Planejamento financeiro: fluxo de caixa e gestão de capital de giro. Ciclo econômico, financeiro e contábil.

Conteúdo programático 4: Indicadores de rentabilidade e de mercado. Demonstrações financeiras.

Bibliografia Básica

ASSAF NETO. **Finanças corporativas e valor**. 8. ed. São Paulo: Gen/Atlas, 2021.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

ROSS, Stephen; et. al. **Fundamentos de administração financeira**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

Bibliografia complementar

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado Financeiro**: exercícios e prática. 2. ed. São Paulo, Gen/Atlas, 2019.

BRUNI, Adriano L. FAMÁ, Rubens. **As decisões de investimento**: Com aplicações na HP 12C e Excel. 4. ed. São Paulo: Gen/Atlas, 2017.

GIMENES, Cristiano M. **Matemática Financeira com HP12C e Excel**: uma abordagem descomplicada. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2009.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária**: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 12. ed. São Paulo: Gen/Atlas, 2017.

MATIAS, Alberto B. (coord.). **Finanças Corporativas de Curto Prazo**: a gestão do valor do capital de giro. 2. ed. São Paulo: v.1. Gen/Atlas, 2014

Disciplina: Apuração do E.V.A. (Economic Value Added)

Ementa: Esta disciplina propõe possibilitar novos aprendizados sobre indicadores financeiros tendo como objetos de estudo a análise de investimentos e a avaliação econômica das organizações. Com o conhecimento sobre a estrutura de capital das empresas, aliado aos conceitos da matemática financeira, os conteúdos dessa disciplina permitirão examinar a real lucratividade da empresa considerando a geração de valor do negócio, como também, a viabilidade de investimentos a curto, médio e longo prazos.

Competências e Habilidades:

- Capacitar sobre avaliação de desempenho das organizações por intermédio da análise de indicadores financeiros e econômicos;
- Possibilitar experiências com base nos fundamentos da estrutura de capital, dos indicadores de rentabilidade e da apuração do valor de mercado das empresas;

- Diferenciar conhecimento entre os princípios que cercam o valor econômico das empresas, o valor de mercado e o valor adicionado (agregado).

Conteúdo Programático 1: Valor econômico agregado (EVA): conceitos, fórmula e apuração. Valor do negócio. Estrutura de capital. Lucro contábil. Retorno sobre o patrimônio.

Conteúdo Programático 2: Valor econômico aos acionistas. Indicadores de desempenho. Custo de oportunidade. Custo de capital. Indicadores de rentabilidade.

Conteúdo Programático 3: Outras métricas de geração de valor. *Market Value Added* (MVA). *Cash Value Added* (CVA). Comparativo entre EVA, MVA e CVA.

Conteúdo Programático 4: Risco e retorno. Análise de investimentos. Viabilidade econômica. Viabilidade financeira.

Bibliografia Básica:

ASSAF NETO, A. **Finanças Corporativas e Valor**. 4.ed. São Paulo: Atlas. 2009. ISBN13: 9788522453030

CASAROTTO FILHO, N., KOPITKE, B. H. **Análise de investimentos**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010. ISSBN: 9788522457892

MARTINS, E. [et. al.]. **Manual de contabilidade societária**. 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2018. ISBN: 9788597016000

Bibliografia Complementar (inserir 3 bibliografias atuais):

GITMAN, L. J.; **Princípios de Administração Financeira**. 12ª ed.; São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2009.

NEZ, E. de; LAVERDA, C. E. F.; **Uma investigação empírica da relação entre o *Economic Value Added* (EVA®), Sustentabilidade e desempenho econômico-financeiro das empresa listadas na B3**. Disponível em <https://revistas.unicentro.br/index.php/reoc/article/view/6900>. Acesso em outubro de 2021.

NASCIMENTO, S. G. L.; **Métricas de criação de valor: *Economic Value Added* (EVA), *Cash Value Added* (CVA) e *Market Value Added* (MVA)**. Disponível em <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/12764>. Acesso em outubro de 2021.

Disciplina: Empreendedorismo e *growth hacking*

Ementa: Nesta disciplina será apresentado conceitos de empreendedorismo, como entender novos rumos do mercado para inovar e começar o seu próprio negócio, utilizando recursos digitais como base. Também sobre *growth hacking* e como novas tecnologias vão influenciar estratégias de marketing.

Competências e Habilidades:

- Identificar tendências de mercado que podem ser favoráveis para o mercado em que a empresa atua;
- Entender o que é *growth hacking* e como novas tecnologias vão influenciar estratégias de marketing.

Conteúdo Programático 1: Tendências de mercado.

Conteúdo Programático 2: Inovação e Disrupção.

Conteúdo Programático 3: Lançando um novo negócio com o método *lean startup*..

Conteúdo Programático 4: *Growth Hacking* – o que é e como aplica-lo.

Bibliografia Básica:

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. São Paulo: LTC, 2014.

PINHEIRO, Tennyson Dias. **The service startup:** inovação e empreendedorismo por meio do design. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

RIES, Eric. **A startup enxuta:** como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

WEINBERG, Gabriel; MARES, Justin. **Traction:** a startup guide to getting customers. New York: S-Curve Records, 2014.

Bibliografia Complementar:

CLEMENTE, Matheus. Rockcontent. O que é Growth Hacking: pensando fora da caixa para acelerar sua empresa. Disponível em:

<https://rockcontent.com/blog/growth-hacking/>. Acesso em: 25 nov. 2019.

Publicado em 10 de agosto de 2016. | Atualizado em 14 de outubro de 2019

Empreendedorismo Digital. Disponível em www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/empreendedorismo-digital,f914438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em 18 de outubro de 2019.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **Isto é *design thinking* de serviços**. Porto Alegre: BOOKMAN, 2014.

Disciplina: *Foresight* Estratégico

Ementa: *Foresight* no contexto estratégico corporativo. Modelos de *foresight*: Formal (Intencional/Acidental); Informal (Intencional/Acidental); Mapa Matricial; Matriz de Atratividade; e *Business Cube*. Futurismo. Predições e modelos de predições. Método *Delphi*. Método *Brainstorming*.

Competências e Habilidades:

- Compreender o contexto e o conceito da aplicação dos modelos de *foresight* sob a perspectiva estratégica corporativa.
- Conhecer os métodos de *foresight* utilizados para a descoberta, mapeamento, classificação e seleção de megatendências como subsídio estratégico corporativo.
- Conhecer a origem e o conceito do futurismo como ciência prática. Conhecer o conceito e principais características das predições. Conhecer os principais modelos de predições.
- Conhecer o método *Delphi*. Conhecer o método *Brainstorm*. Compreender a aplicação de ambos os métodos em termos estratégicos e no processo de tomada de decisões.

Conteúdo Programático 1: *Foresight* e *prospectiva*: conceitos e modelos.

Conteúdo Programático 2: Mapa Matricial, Matriz de Atratividade e *Business Cube*

Conteúdo Programático 3: Futurismo. Predições e modelos de predições.

Conteúdo Programático 4: Estratégia e decisão: métodos *Delphi* e *Brainstorm*.

Bibliografia Básica:

HERNANDEZ, Noel Batista et. al. *Prospective analysis of public management scenarios modeled by the Fuzzy Delphi method*. **Neutrosophic Sets & Systems**. 2019, Vol. 26, p114-119. 6p.

RASQUILHA, Luís. **Viagem ao Futuro**: A verdade sobre a prospectiva e o foresight. São Paulo: Grupo Almedina, 2019.

RENDER, Barry; STAIR, Ralph; HANNA, Michael E. **Análise quantitativa para administração**. Lori Viali [trad.]. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

WEIGEL, Jaqueline. Futurismo: **A arte de criar o futuro na prática**. E-book da WFuturismo. São Paulo: WFuturismo, 2018.

Bibliografia Complementar:

RASQUILHA, Luís. **Tendências e Gestão da Inovação**. Lisboa: Verlag Dashofer, 2011.

RASQUILHA, Luís. **Coolhunting e Pesquisa de Tendências**: Observar, Identificar e Mapear as Tendências e Mentalidades Emergentes do Consumidor. São Paulo: Almedina, 2019.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro, 2019.

SCHWAB, Klaus; DAVIS, Nicholas. **Aplicando a quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro, 2019.

Disciplina: Gestão de mercados e estratégias de marketing

Ementa: Fundamentos do Marketing. Estratégia de Marketing. Comportamento do Consumidor. Tendências de Mercado.

Competências e Habilidades:

- Identificar os componentes necessários à elaboração de um plano de marketing estratégico;

- Compreender a importância de atender às expectativas do público-alvo através da geração de valor e satisfação;
- Reconhecer técnicas de segmentação de mercado e posicionamento e ser capaz de definir ações em relação a produto, preço, praça e promoção;
- Analisar o comportamento do consumidor e do comprador e identificar os fatores que influenciam sua tomada de decisão;
- Conhecer as principais tendências de mercado que estão mudando a natureza do consumo e o perfil das necessidades, desejos e demandas do mercado-alvo;
- Consolidar os conceitos de ética e responsabilidade corporativa no ambiente de marketing.

Conteúdo Programático 1: Fundamentos do Marketing - Definindo o Marketing; Necessidades, Desejos e Demanda; Produtos, serviços e experiências (oferta); Valor e satisfação; Trocas e relacionamentos; Mercados; Ambiente de Marketing; O Papel de Marketing e Vendas.

Definir marketing e apontar os principais componentes necessários à elaboração de um plano estratégico. Conceituar demanda e oferta, destacando a importância de atender às expectativas do público-alvo através da geração de valor e satisfação. Apresentar os benefícios de se estabelecer relacionamento de longo prazo para a empresa e para o cliente. Descrever o que se entende como mercado e apresentar os demais agentes que compõe o ambiente de marketing. Discutir a importância de uma orientação a mercado em Vendas e Marketing dentro das organizações.

Conteúdo Programático 2: Estratégia de Marketing – Elaborando uma Estratégia Voltada para o Cliente; Mix de Marketing; P de Produto; P de preço; P de Promoção; P de Praça.

Apontar os primeiros passos para a elaboração da estratégia de marketing, introduzindo os conceitos de segmentação de mercado e posicionamento. Definir e classificar produtos, apresentando as principais decisões relacionadas a esse componente do mix de marketing. Descrever a importância do equilíbrio entre Custos, Clientes e Concorrentes como fontes de informação para a formação de preço. Apresentar as cinco ferramentas do composto de promoção

e avaliar causas e consequências das principais mudanças no cenário da comunicação de marketing na era digital. Identificar as funções dos integrantes do canal de marketing, os níveis de intensidade de distribuição, e as estratégias associadas aos demais componentes do marketing-mix.

Conteúdo Programático 3: Comportamento do Consumidor -

Comportamento do Consumidor; Comportamento do Comprador; Comportamento do Comprador Organizacional; Pesquisa de Marketing.

Definir o mercado consumidor e a importância de conhecer o que motiva seu comportamento. Relacionar os principais fatores que influenciam as decisões dos consumidores em relação a produtos e marcas. Apresentar um modelo de análise do comportamento do comprador baseado em seu grau de envolvimento e no nível de diferença percebido entre as marcas. Identificar os estágios da tomada de decisão do comprador. Descrever o que se entende por mercado organizacional e identificar os fatores que influenciam seu comportamento. Apontar a importância da pesquisa de marketing na geração de insights para identificação e solução de problemas.

Conteúdo Programático 4: Tendências de Mercado - Marketing Centrado no Ser Humano; Ética e Responsabilidade Social Corporativa; Críticas e Atitudes de Combate ao Marketing; Promovendo o Marketing Sustentável.

Destacar as práticas que trabalham soluções feitas sob medida para o consumidor, que surgiram a partir do avanço tecnológico. Definir o marketing centrado no ser humano e relacionar as características humanas que devem ser associadas às marcas para proporcionar identificação e atrair consumidores. Apresentar os conceitos de ética e responsabilidade corporativa e sua interface com o ambiente de marketing. Identificar as principais críticas de consumidores, autoridades governamentais, sociedade em geral e outras organizações às práticas de marketing que objetivam unicamente o lucro. Descrever o conceito de marketing sustentável e apontar os princípios sob os quais a estratégia de marketing deve ser conduzida para adaptar-se a esta tendência de mercado.

Bibliografia:

CARROLL, A. B.; BUCHHOLTZ, A. K. **Business & society: ethics and stakeholder management**. 4. ed. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing, 2000.

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para os clientes. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

DRUCKER, P. **The Practice of Management**. New York: Harper & Row, 1954.

GRONROOS, C. **Marketing Gerenciamento e Serviços**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HOGAN, J., NAGLE, T. **The Strategy and Tactics of Pricing**: a guide to profitable decision making. 4. ed. New Jersey: Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**: Do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: Uma Orientação Aplicada. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

MCCOLL-KENNEDY, J. R. et al. Fresh perspectives on customer experience. **Journal Of Services Marketing**. p. 430-435. 14 set. 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/JSM-01-2015-0054>>. Acesso em: 20 set. 2019.

MCDONALD, M. H. B.; WOODBURN, D. **Key Account Management – The Definitive Guide**. 2. ed. Oxford: Elsevier, 2007.

MONROE, K. B., **Pricing Making Profitable Decisions**. 3. ed. New York: McGraw-Hill Irwin, 2003.

PLANK R. E.; REID D. A.; PULLINS E. B. Perceived Trust in Business-to-Business Sales: A New Measure. **Journal of Personal Selling & Sales Management**, v. 19, p. 61-71, Summer 1999.

ROSENBLOOM, B. **Canais de Marketing** - Uma Visão Gerencial. 8. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

SHETH, J. N.; KRISHNAN, B. C. Consumer Behavior. In: **Marketing Best Practices**. 2. ed. Ohio: Thomson Learning, 2003. cap. 5, p. 136-161.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de Serviços**: a Empresa com Foco no Cliente. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

ZENONE, L. C.; DIAS, R., **Marketing Sustentável**: Valor social, econômico e mercadológico. São Paulo: Editora Atlas, 2015

Disciplina: Negociação e Marketing Empresarial

Ementa: Conceitos e fundamentos básicos da Administração e Negociação, etapas e métodos, bem como aspectos periféricos ao tema, como a gestão de conflitos, ética e planejamento. Comunicação aplicada a negociação e principais gatilhos e técnicas de persuasão; Princípios de Marketing, diferenciação de produtos e serviços e análise do composto mercadológico; Segmentação de Mercados, posicionamento e marketing de relacionamento.

Competências e Habilidades:

- Analisar cenários e desenvolver estratégias para negociação e marketing;
- Utilizar ferramentas e táticas de negociação para conquista de objetivos de marketing;
- Comunicar-se com clareza em momentos de negociação e com públicos de interesse;
- Gerenciar tempo e atividades de comunicação e relacionamento.

Conteúdo Programático 1: Conceitos básicos de Administração e Negociação.

Conteúdo Programático 2: Comunicação aplicada a negociação.

Conteúdo Programático 3: Princípios de Marketing e marketing mix.

Conteúdo Programático 4: Posicionamento e Segmentação de Mercados.

Bibliografia:

FERREIRA, A. A. **Gestão Empresarial:** de Taylor aos nossos dias – evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Pioneira, 1997.

FISHER, R; URY, W. **Como chegar ao sim:** a negociação de acordos e concessões. Rio de Janeiro: Imago, 1985.

KOTLER, P. **Administração de Marketing.** 12. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, P. **Marketing 4.0** – Do tradicional ao digital. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2017.

KOTLER, P. **Marketing Essencial.** São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MARTINELLI, D.P. **Negociação:** Aplicações Práticas de uma Abordagem Sistêmica. São Paulo: Saraiva, 2012.

SPARKS, D. B. **A dinâmica da negociação efetiva:** como ser bem-sucedido através de uma abordagem do ganha-ganha. São Paulo: Nobel, 1992.

WEINSCHENK, M. B. **Como convencer as pessoas a fazer o que você quer.** Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

Disciplina: Bancos digitais e *fintechs*

Ementa: A transformação digital ocorre velozmente na sociedade atual e no sistema financeiro não é diferente, banco digital, open banking e fintech são conceitos e negócios em disparada que modificam o sistema econômico mundial acompanhado dos modelos startups de negócios. Conhecer essa transformação, os aspectos regulatórios, as questões de segurança e as obrigações tributárias que moldam esses negócios é uma questão de desempenho e sobrevivência.

Competências e Habilidades:

- Compreender os desafios e oportunidades do Open Banking para as Fintech.
- Saber analisar e aplicar os aspectos regulatórios, de segurança e tributário nas operações ligados à constituição e funcionamento de uma Fintech
- Ser capaz de avaliar e implementar uma transformação digital em uma organização financeira.

Conteúdo Programático 1:

O desenvolvimento do sistema bancário e a transformação digital. E estudo do ecossistema das fintechs e dos bancos digitais. Discorrer sobre os desafios e oportunidades do Open Banking no ecossistema das Fintech. Conhece o mercado e o nicho de atuação das Fintechs, grau de crescimento e como são seus planos de negócios e operação.

Conteúdo Programático 2:

Qual a regulamentação do Open Banking e o mecanismo do SandBox Regulatório. Como se dá o avanço do fomento da inovação e da regulação.

Conteúdo Programático 3:

A relação das startups fintech e o blockchain. As startups de blockchain estão fortemente presentes em todos os segmentos da indústria e são mais proeminentemente nas indústrias de Finanças e Seguros e Informação e

Comunicação. Como as empresas digitais lidam com a segurança cibernética, direito digital e compliance.

Conteúdo Programático 4:

Os tributos e a Contabilidade aplicável às Fintechs. Como se dá a incidência dos tributos nas operações das Fintechs. O que é o Padrão Cosif de Contabilidade.

Bibliografia Básica:

DA SILVA, Eliseu. Transformação Digital Bancária: Uma Análise dos Principais Bancos Brasileiros. 2018. 76 folhas. Monografia de especialização – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba/PR, 2018. Disponível em: http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/12279/1/CT_GETIC_VII_2018_04.pdf. Acesso em: 22 de jun. 2020

FRIEDLMAIER, Maximilian; TUMASJAN, Andranik; WELPE, Isabell. Disrupting Industries With Blockchain: The Industry, Venture Capital Funding, and Regional Distribution of Blockchain Ventures. [Disponível em: < A First Course in the Numerical Analysis of Differential Equations - Arie Iserles, University Lecturer Damp A Iserles, C G Crighton - Google Livros>.](#) Acesso em: 29 nov. 2021. Acesso em: 29 nov. 2021.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Evolução do Sistema Financeiro Nacional. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fhtml%2Fdeorf%2Fr199812%2Ftexto.asp%3Fidpai%3Drevsfn199812>. Acesso em: 04 de jun. 2020.

ABFINTECHS associação brasileira de fintechs. Quem somos. Disponível em: <https://www.abfintechs.com.br/1-sobre-associacao>. Acesso em: 19 de out. de 2020.

Bibliografia Complementar:

TAPSCOTT, Don; TAPSCOTT, Alex. Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin is Changing Money; Penguin: Portfolio, 2016

BAPTISTA, Patrícia; KELLER, Clara. Por que, quando e como regular as novas tecnologias? Os desafios trazidos pelas inovações disruptivas. Revista de Direito Administrativo, n. 273, p. 123-163, set./dez. 2016.

FALCÃO, Cíntia. Cashless: o fim do papel moeda? In: INSTITUTO PROPAGUE. Sistema financeiro em movimento: cases, transformações e regulação. São Paulo: Thompson Reuters/Revista dos Tribunais, 2020

Disciplina: Certificação digital e blockchain

Ementa: Algoritmos criptográficos, algoritmos de assinatura digital, algoritmos de resumo, certificação digital e ferramentas que servem de suporte para a criptografia Conceitos básicos de criptografia aplicados à criptomoedas. Funções Hash. Conceitos de PKI. Ciclo de vida dos certificados. Ciclo de uso dos certificados. Ferramentas de criptografia: HSM, *token*, *smartcard*. Curvas elípticas e seu uso na Bitcoin. Introdução ao Bitcoin e sua história. O white paper do Bitcoin. Proof of work e formação de consenso. Blockchain como registro irreversível. A plataforma Ethereum. Smart-contracts. A linguagem Solidity. Desenvolvimento e deploy de smart-contracts

Competências e Habilidades:

- Atuar na análise das curvas elípticas e bitcoin, com aplicação de protocolos criptográficos para certificação digital em conformidade com as normas considerando a autenticação;
- Ser capaz de implementar procedimentos e técnicas que subsidiem a utilização de linguagem *solidity* para desenvolvimento e *smart contracts*.

Conteúdo Programático 1: Criptografia de Chave Simétrica. Gerenciamento de Chaves Simétricas. Criptografia Baseada em Senha. Criptografia de Chave Pública: algoritmos: El Gamal, RSA

Conteúdo Programático 2: Assinatura Digital: resumos de mensagens com algoritmos Hash: MD5 e SHA-1, MAC com SHA-1, assinaturas verificáveis com DSA.

Conteúdo Programático 3: Infra-estrutura de chaves públicas: porque certificados digitais. Exemplos de ataques à chaves públicas. Padrão de certificados X.509, estrutura de PKI, protocolos de comunicação em PKI. Revogação de certificados. Outros conceitos. ICP-Brasil: Infra-estrutura de chaves públicas no Brasil.

Conteúdo Programático 4: Curvas elípticas e seu uso na Bitcoin. Introdução ao Bitcoin e sua história. O white paper do Bitcoin. Proof of work e formação de consenso. Blockchain como registro irreversível. A plataforma Ethereum. Smart-contracts. A linguagem Solidity. Desenvolvimento e deploy de smart-contracts.

Bibliografia Básica:

Burnett, S, Paine, S. **Criptografia e Segurança:** o Guia Oficial RSA. Editora Campus, RSA Press, 2002.

Bibliografia Complementar:

TANEBAUM, Andrew S. **Redes de Computadores.** 8 ed. São Paulo: Editora Campus, 2003.

FORRISTAL, Jeff; TRAXIER, Julie. **Site Seguro:** Aplicações Web. Syngress (Alta Books), 2002.

FRIEDLMAIER, Maximilian; TUMASJAN, Andranik; WELPE, Isabell. [Disrupting industries with blockchain: The industry, venture capital funding, and regional distribution of blockchain ventures. 2016.](#)

Disciplina: ECM, GED e contratos inteligentes

Ementa: Introdução à gestão da informação. Diferença entre *Enterprise Content Management* (ECM) e Gestão Eletrônica de Documentos (GED). ECM. GED. Ferramentas de GED. Contratos inteligentes.

Competências e Habilidades:

- Compreender as necessidades da gestão de informação corporativa.

- Conhecer as vantagens na utilização de Gestão eletrônica de documentos e contratos inteligentes.
- Tomar decisões quanto à ferramentas e processos na área de gestão da informação.

Conteúdo Programático 1: Introdução à gestão da informação.

Conteúdo Programático 2: *Enterprise Content Management (ECM)*.

Conteúdo Programático 3: Gestão Eletrônica de Documentos (GED)

Conteúdo Programático 4: Contratos inteligentes.

Bibliografia Básica:

GLAZER, David; JENKINS, Tom; SCHAPER, Hartmut. **Enterprise Content Management Technology**: What you need to know. Canada: Open Text Corporation, 2005.

MOUGAYAR, William. **Blockchain para negócios**: Promessa, prática e aplicação da nova tecnologia da internet. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2017.

MULBERT, Ana Luísa... [et al.]. **Organizações do conhecimento**: infraestrutura, pessoas e tecnologia. 2. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

Bibliografia Complementar:

BERGAMO FILHO, Clovis. **Ruptura no modelo tradicional das empresas**: 10 grandes especialistas ajudam a desvendar as mudanças que estão impactando sua organização. Rio de Janeiro: Brasport, 2019

CRUZ, Tadeu. **Gerência do Conhecimento**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

FAUAT, Ana Matilde. **Comunicação da informação, gestão da informação e gestão do conhecimento**. Brasília: Ibict, 2018.

OLIVER, Paulo Roberto Costa. **Projetos de ECM/BPM**: os segredos da construção. São Paulo: Biblioteca24horas, 2010.

OLIVEIRA, Marcos Alberto de. **Estratégia empresarial e gestão da informação gerencial**. São Paulo: Editora Senac, 2018.

13. Infraestrutura Física e Pedagógica

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

Hardware:

- Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
- 2Gb de Memória RAM.
- Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.
- Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

Software:

- Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
- Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
- Adobe Flash Player (atualizado).
- *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

Rede:

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
- Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

