



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Pós-Graduação *Lato Sensu*

MBA em Empreendedorismo e Desenvolvimento de
Negócios

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	8
10.	Matriz Curricular	10
11.	Carga Horária	10
12.	Conteúdo programático	10
13.	Infraestrutura Física e Pedagógica	24

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: MBA em Empreendedorismo e Desenvolvimento de Negócios

Grande Área (CAPES): Ciências Sociais Aplicadas (60000007)

Área de Avaliação (CAPES): Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo

Área do Conhecimento (CAPES): Administração (60200006)

Classificação OCDE: 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

O MBA em Empreendedorismo e Desenvolvimento de Negócios se destina a pessoas graduadas nas mais diferentes áreas do conhecimento que desejam

empreender ou que já empreendem, a fim de conhecer, alinhar e aplicar as melhores estratégias para o desenvolvimento de seus negócios. Também é indicado para executivos que necessitam atuar de forma empreendedora dentro da sua realidade empresarial.

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

Empreender envolve analisar, inovar e agir de forma a transformar realidades. O mundo em que vivemos está se transformando rapidamente e muitas oportunidades surgem para que sejam criados diferentes tipos de negócios e ofertados os mais diversos produtos e serviços. Aqueles que conseguem fazer a leitura desse ambiente e perceber essas oportunidades, agindo de forma estruturada e estratégica, conseguem empreender de forma sustentável e duradora, transformando realidades e desenvolvendo pessoas e negócios. Pensando nesse perfil de pessoas, que acompanham e buscam ser a mudança e fazer a diferença em uma sociedade em constante transformação, foi criado o MBA em Empreendedorismo e Desenvolvimento de Negócios.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

Desenvolver empreendedores ágeis, atentos e atuantes, capazes de

conduzir seus negócios de forma sólida e duradoura e em harmonia com o desenvolvimento e as mudanças sociais.

6.2. Objetivos Específicos

- Desenvolver a capacidade de observar e compreender o que está acontecendo no mundo ao redor;
- Identificar oportunidades e treinar a criatividade;
- Construir ou propor algo realmente novo e transformador;
- Conceber, testar e construir negócios capazes de atuar nas necessidades humanas e sociais;

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

Analisar, observar, criar, integrar e desenvolver ações com base nas transformações do mundo capazes de gerar desenvolvimento para o negócio e para a sociedade.

Habilidades

- Compreender como a realidade socioeconômica e o ambiente interferem nas decisões do empreendedor.
- Propor ações para o crescimento contínuo e sustentável.
- Conduzir o negócio de acordo com as mudanças e tendências no ambiente externo].
- Desenvolver o olhar atento às oportunidades para iniciar um novo negócio.

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.

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

III. 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
Empreendedorismo	0 h	40 h	40 h
Ecosistema de inovação	0 h	40 h	40 h
Análise e modelagem de negócios (BABOK/Product Owner)	0 h	40 h	40 h
Gestão da qualidade e produtividade	0 h	40 h	40 h
Gestão financeira	0 h	40 h	40 h
Estratégias de gerenciamento de gente	0 h	40 h	40 h
BI: a inteligência de negócios	0 h	40 h	40 h
Marketing estratégico e inteligência competitiva	0 h	40 h	40 h
Identidade no processo criativo e visual merchandising	0 h	40 h	40 h

11. Carga Horária

A carga horária de 360 h 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: Empreendedorismo

Ementa: A proposta desta disciplina é apresentar aos estudantes os fundamentos, processos e tendências do empreendedorismo, mostrando a necessidade de o empreendedor ampliar o seu entendimento sobre o mercado e as estratégias de negócios para obter os resultados esperados.

Competências e Habilidades

- Propiciar o conhecimento das habilidades que um empreendedor deve ter
- Compreender como a realidade socioeconômica e o ambiente interferem nas decisões do empreendedor.
- Propor ações para o crescimento contínuo e sustentado.
- Propiciar ao aluno o conhecimento necessário para iniciar um novo negócio.

Conteúdo Programático

Conteúdo Programático 1: O perfil do empreendedor.

Evolução do conceito de empreendedor ao longo da história pontuando: tipos de empreendedor; Atitudes e Habilidades Empreendedoras; Características dos comportamentos empreendedores; as diferentes maneiras de empreender. Empreendedorismo Social x Corporativo; Intraempreendedorismo x empreendedorismo.

Conteúdo Programático 2: Analisando oportunidades

Avaliação de Oportunidades. Geração de ideias de negócios e fonte de ideias; transformando ideias em oportunidade de negócios; como avaliar oportunidades de negócios; um pouco sobre criatividade e inovação. Análise de Mercado: macro e microambientes

Conteúdo Programático 3: Plano de Negócios

Planejamento estratégico de negócio; Descrição da empresa; Produtos e Serviços; Plano de marketing; Plano de produção e prestação de serviços; Plano Financeiro; Alternativas para captação de recursos para novos empreendimentos; Parcerias e alianças estratégicas;

Conteúdo Programático 4: Iniciando o negócio

Pensando a empresa. Tipos de empresas: Micro/MEI; franquias, incubadoras, start ups, ciclo de vida de empresa, ciclo de vida de produto; Análise do setor de atuação; nicho de mercado, público-Alvo. Recursos e Parcerias. Lançamento do produto/serviço.

Bibliografia básica:

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A.; **Empreendedorismo: Uma visão do processo**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning: 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo dando asas ao espírito empreendedor**. 2.ed. rev. e atualizada São Paulo: Saraiva, 2007.
DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. São Paulo: Atlas, 2016.
LONGENECKER, J. C.; PALICH, L. E. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Thomson, 2007.
OSTERWALTER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação Em Modelos De Negócios**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

Bibliografia Complementar:

ARAULO FILHO, Geraldo Ferreira. **Empreendedorismo criativo**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

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.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia do Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2006. 7ª Ed.

Disciplina: Ecossistema de inovação

Ementa: Ambiente, Redes e Ecossistema de inovação. Colaboração entre universidade, empreendedores e investidores. Incubadoras e Aceleradoras. Modelo de Maturidade de Ecossistema de Inovação.

Competências e Habilidades:

- Identificar os principais componentes dos modelos de ecossistema de inovação;
- Utilizar ferramentas tecnológicas para mapear a maturidade dos ecossistemas de inovação;
- Identificar os principais atores do ecossistema de inovação;
- Gerenciar tempo e atividades no ambiente de inovação

Conteúdo Programático 1: Ambiente, Redes e Ecossistema de inovação.

Conteúdo Programático 2: Colaboração entre universidade, empreendedores e investidores.

Conteúdo Programático 3: Incubadoras e Aceleradoras.

Conteúdo Programático 4: Modelo de Maturidade de Ecossistema de Inovação.

Bibliografia Básica:

AUTIO, E.; THOMAS, L. **Innovation ecosystems**. The Oxford handbook of innovation management, 2014.

KOSLOSKY, M. A. N.; DE MOURA SPERONI, R.; GAUTHIER, O. Ecosystema de inovação: Uma revisão sistemática de literatura. **Revista Espacios**, v.36, n.03, 2015.

SPOLIDORO, R. **Innovation habitats and regional development driven by the triple helix**, 2011.

Bibliografia Complementar:

LEMOS, P. A. B. **Universidades e ecossistemas de empreendedorismo: a gestão orientada por ecossistema e o empreendedorismo da Unicamp**. Editora Unicamp, 2012.

JACKSON, D. J. **What is an innovation ecosystem?** National Science Foundation, 2011.

SPINOSA, L. M.; KRAMA, M. R. Ecosystema de inovação e meio urbano: principais desafios para seus gestores. **Research Gate**, 2014.

Disciplina: Análise e Modelagem de Negócios (BABOK/Product Owner)

Ementa: Modelos da Análise de Negócios. Diferentes perspectivas na análise de negócios. Prototipagem rápida de negócios. *Lean Startup*. Modelo do BABOK e a função de *Product Owner*. *Product Owner versus* Gerente de Fluxo de Valor. Principais etapas do BABOK.

Competências e Habilidades:

- Conhecer a estrutura da Análise de Negócios segundo proposto no Guia BABOK.
- Discutir a implementação do BABOK e o *Product Owner*.
- Entender a similaridades e diferenças entre o *Product Owner* e o Gerente de Fluxo de Valor.
- Realizar abstrações e análises sistêmicas na implementação do BABOK.

Conteúdo Programático 1: Análise de Negócios e Processos.

Conteúdo Programático 2: BABOK *Framework*.

Conteúdo Programático 3: *Agile Product Owner versus* Gerente de Fluxo de Valor.

Conteúdo Programático 4: Análise de Requisitos e Desenho da Solução.

Conteúdo Programático 5: Avaliação da Solução.

Conteúdo Programático 6: Elicitação de Requisitos: Boas Práticas e Dificuldades.

Conteúdo Programático 7: Estudo de Caso: BABOK.

Bibliografia:

BRENNAN, Kevin et al. (Ed.). **A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge**. IIBA, 2009.

FRIED, Jason; HANSSON, David Heinemeier. **Reinvente sua empresa:** mude sua maneira de trabalhar. Sextante, 2012.

MAURYA, Ash. **Running lean: iterate from plan A to a plan that works**. O'Reilly Media, Inc., 2012.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation:** inovação em modelos de negócios. Alta Books Editora, 2013.

OSTERWALDER, Alexander et al. **Value proposition design**. Campus Verlag, 2015.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. São Paulo: Editora Leya, 2012.

Disciplina: Gestão da qualidade e produtividade.

Ementa: Embasamento histórico e conceitual acerca de produtividade. Círculos de controle da qualidade. Definição de organização do trabalho e o arranjo físico, planejamento e controle da produção, controle estatístico de processo (CEP) - Técnicas PERT e CPM – e planejamento das necessidades de materiais (MRP). Fundamentação de *Just in Time*, *Kanban* e *Kaisen* e de indicadores de gestão - *Key performance indicators* (KPI).

Competências e Habilidades:

- Reconhecer os conceitos de produtividade e a evolução dos processos.
- Planejar sistemas de controle da qualidade.
- Compreender e implantar técnicas de controle da qualidade.

Conteúdo Programático 1: Histórico e conceitos de produtividade.

Conteúdo Programático 2: *Layout* o impacto do arranjo físico.

Conteúdo Programático 3: CEP, MRP, *Just in Time*, *Kanban* e *Kaisen*.

Conteúdo Programático 4: *Key performance indicators* (KPI).

Bibliografia Básica:

CALDEIRA, J. **100 Indicadores de gestão: *Key performance indicators* (KPI)**. Coimbra: Conjuntura Actual Editora SA., 2012.

NEUMANN, C. **Projeto de fábrica e layout**. 1.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

RAMOS, E. M. L. S.; AMMEIDA, S. S.; ARAÚJO, A. R. **Controle estatístico da qualidade**. Porto Alegre: Bookman Companhia Editora Ltda., 2013.

Bibliografia Complementar:

CHIAVENATO, I. **Gestão da produção: uma abordagem introdutória**. 3.ed. Barueri: Manole, 2014.

LOBO, R. N. **Gestão da qualidade**. 1.ed. São Paulo: Editora Érica, 2010.

PALADINI, E.P. **Gestão e avaliação da qualidade: uma abordagem estratégica**. São Paulo: Atlas, 2019.

Disciplina: Gestão Financeira

Ementa: Administração Financeira. Valor do dinheiro no tempo e a taxa de Juros. Taxas e Amortização. Fontes de Financiamento e suas características. Avaliação do custo do capital.

Competências e habilidades:

- Incorporar os conceitos de capital, taxa de juros, montante e tempo da operação;
- Ser capaz de identificar quais as variáveis envolvidas e como devem ser utilizadas nos cálculos de matemática financeira;
- Compreender o conceito de inflação e suas causas, bem como os efeitos da inflação sobre os processos de tomada de decisão em uma empresa;
- Dominar cálculos relacionados aos dois sistemas de amortização: Sistema de Amortização Constante (SAC) e do Sistema Francês de Amortização (SFA/Price);
- Conhecer os conceitos de capital próprio e de terceiros e saber como alocá-los na contabilidade da empresa;
- Calcular variáveis relevantes como o valor presente (VP), valor presente líquido (VPL/NPV) e o *payback* médio;
- Entender sobre grau de alavancagem e o potencial do mesmo para estrutura financeira da empresa.

Conteúdo Programático 1: Conceitos fundamentais de gestão financeira. Juros. O valor do dinheiro no tempo. O consumo ao longo da linha do tempo tem valor diferenciado. A taxa de juros procura refletir o tempo adiado de consumo e o risco de não recebimento de parte ou do todo investido.

Conteúdo Programático 2: Capitalização simples e composta. Juros simples e juros compostos. Nos juros simples, não há a incorporação dos juros ao principal para efeito do cálculo dos juros do período seguinte. Nos juros compostos, em cada período contabilizado, os juros devem ser incorporados ao valor principal para o cálculo dos juros do próximo período.

Conteúdo Programático 3: Inflação, taxas de juros reais e nominais. O efeito da inflação sobre o poder aquisitivo da moeda deve ser considerado quando falamos em investimentos (e o retorno obtido a partir deles). Os juros reais mensuram o valor efetivamente conseguido com o investimento.

Conteúdo Programático 4: Sistemas de Amortização. As empresas podem realizar empréstimos e financiamentos por meio de sistemas de amortização constante (SAC) ou de prestações constantes (Price), com diferentes impactos em seu fluxo de caixa.

Conteúdo Programático 5: Fontes de financiamento. As empresas podem buscar (captar) os recursos necessários para financiar suas atividades a partir de fontes distintas, sendo que cada uma delas apresenta um custo diferenciado. Deve-se considerar que o prazo de financiamento também afetará o custo do dinheiro (em função do risco de crédito), sendo necessário compreender suas principais características.

Conteúdo Programático 6: Avaliação de investimento e custo de capital: próprio (dos sócios) ou de terceiros. Em cada uma dessas formas de captação de recursos, teremos expectativas a serem atendidas e riscos a serem considerados pelo gestor financeiro da empresa.

Conteúdo Programático 7: Alavancagem Financeira e Cálculo do Custo de Capital. Estudo do WACC (custo médio ponderado de capital). Como a empresa busca recursos em diversas fontes (arcando com diferentes custos), torna-se fundamental calcular qual o custo médio dos recursos que estão sendo captados para viabilizar a sua operação.

Bibliografia básica:

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

BERNARDI, L. A. **Manual de plano de negócios:** fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2007. ISBN: 9788522442867

ASSAF NETO, A., LIMA, F. G, **Fundamentos de Administração Financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 9788597010138

CASAROTTO FILHO, N., KOPITKE, B. H. **Análise de investimentos**. São Paulo: Atlas, 2006. ISBN: 9788522448012

Bibliografia complementar:

PADOVEZE, C.L. **Administração Financeira de Multinacionais**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006. ISBN: 8522105162

ROSS, S. A. WESTERFIELD, R. W. JAFFE J. F. **Administração financeira:** corporate finance. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007. ISBN: 9788522429424

SECURATO, J.R. **Mercado Financeiro:** conceitos, cálculos e análise de investimentos. 3. ed. São Paulo: Saint Paul, 2009. ISBN: 8598838748

Disciplina: Estratégias de gerenciamento de gente

Ementa: Esta disciplina propõe a abordagem de conhecimentos e metodologias para o gerenciamento estratégico de gente levando em consideração a prospecção e projeção de objetivos, metas e ações da área sempre com o foco no alinhamento estratégico da empresa. Os tópicos perpassam pelos subsistemas de Gestão de Gente e amplificam a visão estratégica, de papéis e de responsabilidades do profissional deste campo de atuação.

Competências e Habilidades:

- Pensamento estratégico e sistêmico sobre a interrelação das áreas da Gestão de Gente;
- Planejamento estratégico e tático das subáreas da Gestão de Gente;
- Saber estrategicamente escolher e manejar técnicas e algumas tecnologias da Gestão de Gente;
- Aprender a posicionar-se em relação à Alta Gestão para sugerir, implantar, informar e defender práticas e estratégias de Gerenciamento de Gente.

Conteúdo Programático 1: O pensamento estratégico e sua relação com as subáreas da Gestão de Gente.

Conteúdo Programático 2: Formulando e estabelecendo estratégias, metas e ações na área de Gente.

Conteúdo Programático 3: Técnicas e tecnologias para a gestão de processos estratégicos.

Conteúdo Programático 4: Modelos e práticas para a humanização no gerenciamento estratégico de gente.

Bibliografia básica:

DUTRA, Joel Souza; DUTRA; Tatiana Almendra; DUTRA, Gabriela Almendra. **Gestão de pessoas:** realidade atual e desafios futuros. São Paulo: Atlas, 2017.

FREITAS, Alberto; PERES, Angelo. **Estratégia, cultura e gestão de recursos humanos:** alinhando a cultura à estratégia através do modelo O.A.R.S. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.

PEQUENO, Álvaro. **Administração de Recursos Humanos.** 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

PEREIRA, Maria Celia Bastos. **RH essencial.** 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

Bibliografia complementar:

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos:** fundamentos básicos. 8. ed. rev. e atual. Barueri, SP: Manole, 2016.

MARQUES, José Carlos. **Recursos humanos**. São Paulo, SP: Cengage, 2016

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 15.ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

RIBEIRO, Antonio de Lima. **Gestão de Treinamento de pessoas**. 1. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

Disciplina: BI: a inteligência de negócios

Ementa: O caminho da tecnologia para o crescimento exponencial. Aplicação nos negócios. Negócios inteligentes, negócios cognitivos, inteligência de mercado. Tomadas de decisão dentro das empresas. Amparo maior em análise de dados. Assertividade. Inteligência de negócios: principais elementos, como são feitos, analisados e gerenciados.

Competências e Habilidades:

- Ser capaz de aplicar *business intelligence* para resolução de problemas da área de negócios;
- Ser capaz de articular mineração de dados a partir de inteligência artificial;
- Dominar modelos preditivos e descritivos com intuito de embasar a tomada de decisão;
- Confeccionar apresentação de dados de forma didática e atrativa.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao BI e Data *warehouse*.

Conteúdo Programático 2: Análise de negócios e visualização de dados.

Conteúdo Programático 3: Mineração de dados e Inteligência Artificial.

Conteúdo Programático 4: Business Performance Management (BPM).

Bibliografia Básica:

FACELI, K. *et al.* **Inteligência Artificial:** Uma abordagem de aprendizagem de máquina. Rio de Janeiro, LTC, 2011.

TURBAN, E. *et al.* **Business intelligence:** um enfoque gerencial para a inteligência do negócio. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MARÓSTICA, E. (org.) **Inteligência de mercado.** São Paulo: Cengage Learning, 2014.

Bibliografia Complementar:

CHEN, Hsinchun; CHIANG, Roger HL; STOREY, Veda C. Business intelligence and analytics: From big data to big impact. **MIS quarterly**, v. 36, n. 4, 2012.

LAURSEN, Gert HN; THORLUND, Jesper. **Business analytics for managers:** Taking business intelligence beyond reporting. John Wiley & Sons, 2016.

NEGASH, Solomon. Business intelligence. **The communications of the Association for Information Systems**, v. 13, n. 1, p. 54, 2004.

Disciplina: Marketing estratégico e inteligência competitiva.

Ementa: O objetivo da disciplina é articular estratégias no âmbito do marketing, fomentando a consciência crítica de cunho analítico e digital para desenvolvimento de inteligência competitiva no cenário nacional e internacional de competição empresarial.

Competências e habilidades:

- Ser capaz de desenvolver planos estratégicos;
- Reconhecer a importância e o potencial de tração do marketing estratégico;
- Ser capaz de capturar oportunidades de negócio e criar novos mercados;
- Aplicar ferramentas de gestão de performance na execução da estratégia.

Conteúdo Programático 1: Desenvolvimento do Plano Estratégico: Definição, origem e aplicabilidade.

Conteúdo Programático 2: Utilizando o Marketing estratégico como instrumento de competitividade: conceito, ações e ferramentas.

Conteúdo Programático 3: Análise do ambiente de negócios: atratividade e competitividade.

Conteúdo Programático 4: O Modelo de Negócios: *Business Model Generation*, Canvas e Proposta de Valor.

Conteúdo Programático 5: Disrupção - uma nova abordagem estratégica.

Conteúdo Programático 6: Análise do ambiente interno: forças e fraquezas.

Conteúdo Programático 7: Execução da estratégia: pessoas, processos, qualidade, Imagem e finanças.

Conteúdo Programático 8: Métricas e revisões estratégicas.

Bibliografia:

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão Estratégica:** Da empresa que temos para a empresa que queremos. São Paulo: Saraiva, 2007.

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.

KOTLER, Philip. **Marketing para o Século XXI:** Como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.

KOTLER, Philip; LANE, Kevin. **Administração de Marketing:** A Bíblia do Marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall Brasil, 2006.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation.** Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 2010.

Disciplina: Identidade no processo criativo e visual merchandising

Ementa: etapas do processo criativo; conceitos de criatividade, percepção e inspiração; metodologia projetual: técnicas de registro de trabalho, de exploração do processo criativo; métodos para desenvolvimento da criatividade; conceitos de visual merchandising; atmosfera de Compra; Exposição de Produtos; Hábitos de Compra do Consumidor; Ponto de Vendas; Vitrine virtual (redes sociais); Técnicas de fotografias para divulgação.

Competências e Habilidades:

- Compreender o processo criativo e seus conceitos;
- Aplicar o visual merchandising corretamente como ferramenta criativa e competitiva;
- Entender técnicas de venda, exposição de produtos e hábitos de compra do consumidor.

Conteúdo Programático 1: Etapas do processo criativo: transformação e evolução do processo criativo. Conceitos de criatividade, percepção e inspiração. Metodologia projetual: técnicas de registro de trabalho, de exploração do processo criativo. Métodos para desenvolvimento da criatividade.

Conteúdo Programático 2: Conceitos de visual merchandising, marketing, promoção de vendas, ponto de venda, visual merchandising. Atmosfera de Compra: criando atmosfera de compra, layout da loja, comunicação, cor, som, luz, aroma. Hábitos de Compra do Consumidor.

Conteúdo Programático 3: Exposição de Produtos: técnicas de Merchandising na comunicação, layout da loja, áreas positivas e negativas no ponto de vendas, técnicas e locais para exposição de produtos, planograma de gôndolas.

Conteúdo Programático 4: Ponto de Vendas: ações promocionais, principais tendências registradas no mercado de varejo, displays e outros materiais de ponto de venda. Vitrine virtual (redes sociais). Técnicas de fotografias para divulgação.

Bibliografia Básica:

BAKER; BAILEY. **Moda e Visual Merchandising**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

LADEIRA; SANTINI. **Merchandising e promoção de vendas**: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet. São Paulo: Atlas, 2018.

MORGAN, Tony. **Visual merchandising**: vitrinas e interiores comerciais. São Paulo: Gustavo Gili, 2017.

Bibliografia Complementar:

DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrinas e Exposições**: Arte e Técnica do Visual Merchandising. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

KOUMBIS, Dimitri. **Varejo de moda: da gestão ao merchandising**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

MALHOTRA, Naresh (org.) **Design de loja e merchandising visual** – criando um ambiente que ajuda a comprar. 1ª Edição. Editora Saraiva, 2013.

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.

