

# GUIA TEMÁTICO de DISCIPLINAS OPTATIVAS

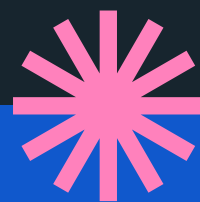
 Banco de Dados

A disciplina optativa é uma oportunidade valiosa para você personalizar seu percurso acadêmico de acordo com seus interesses, aspirações profissionais e áreas que deseja aprofundar.

Nossa matriz curricular oferece uma ampla variedade de opções, e você tem total liberdade para escolher aquela que mais faz sentido para o seu momento de formação. Sabemos, no entanto, que a grande quantidade de possibilidades pode tornar essa escolha desafiadora.

Pensando nisso, organizamos este guia temático com sugestões de agrupamentos por áreas de interesse. As categorias aqui apresentadas não são definitivas — há várias formas possíveis de interpretar e classificar essas disciplinas —, mas este material pode ser um bom ponto de partida para sua análise.

Ao final deste documento você encontra a ementa completa destas disciplinas, em ordem alfabética, mas você também pode acessar as ementas completas diretamente no sistema de matrícula. Basta posicionar o cursor sobre o nome da disciplina desejada para visualizar seus detalhes.



## Se você se interessa por:

Estratégia, Gestão e Desempenho Organizacional

**Disciplinas que ajudam a entender como gerir equipes, processos e organizações com foco em resultados:**

- Gestão, Operações e Organizações
- Gestão de Projetos
- Gestão de Processos, Conhecimentos e Mudanças
- Liderança e Gestão de Equipes
- Liderança e Gestão de Pessoas
- Comportamento e Desenvolvimento Organizacional
- Desenvolvimento de Soft e Hard Skills
- Controladoria e Compliance
- Valor, Custo e Preço



## Se você se interessa por:

### Economia, Finanças e Tomada de Decisão

Ideal para quem quer compreender cenários econômicos e tomar decisões com base em dados e recursos financeiros:

- Análise de Cenários Econômicos
- Análise Econômica de Projetos
- Análise de Custos e Tributos
- Orçamento, Financiamento e Investimento Empresarial
- Inteligência e Pesquisa de Mercado
- Mercado Financeiro e de Capitais
- Pensamento Lógico e Quantitativo
- Valor, Custo e Preço



## Se você se interessa por:

### Negócios Internacionais e Comércio Exterior

Para quem busca compreender dinâmicas globais de negócios e estratégias de inserção no mercado internacional:

- Ambiente Global de Negócios
- Operações Aduaneiras e Customs Compliance
- Operações logísticas globais



## Se você se interessa por:

### Sustentabilidade, Diversidade e Responsabilidade Social

Para quem quer refletir sobre o papel das organizações no desenvolvimento sustentável e na inclusão:

- Ambiente, Sustentabilidade e Governança
- Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS)





## Se você se interessa por:

### Comunicação, Marketing e Engajamento Digital

Foco na construção de marcas, presença digital, engajamento de consumidores e produção de conteúdo:

- Estratégias de Conteúdo e Mídias Digitais
- Inbound e Outbound Marketing
- Omnichannel e Multichannel
- Comportamento e Engajamento do Consumidor
- Jornada e Experiência do Usuário
- Marketing
- Modelo de Negócios Digitais



## Se você se interessa por:

### Liderança, Pessoas e Cultura Organizacional

Para quem deseja compreender o comportamento humano nas organizações e estratégias de gestão de talentos:

- Comportamento e Desenvolvimento Organizacional
- Desenvolvimento de Soft e Hard Skills
- Negociação e Gestão de Conflitos
- Liderança e Gestão de Equipes
- Liderança e Gestão de Pessoas

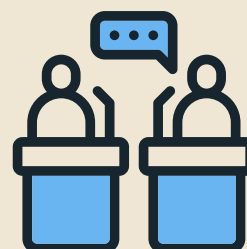


## Se você se interessa por:

### Políticas Públicas, Estado e Democracia

Disciplinas que aproximam os alunos de temas ligados à cidadania, gestão pública e políticas sociais:

- Estado, Governo e Sociedade
- Legislação no Setor Público
- Políticas Públicas, Orçamento Público e Accountability



# Se você se interessa por:

## Dados, Inovação e Transformação Digital

Voltado para quem quer trabalhar com dados, inovação e ferramentas para transformação organizacional:

- Big Data, Data Science e Analytics
- Gestão da Inovação e Transformação Digital
- Inteligência e Pesquisa de Mercado
- Modelo de Negócios Digitais
- Tecnologias Digitais, Disrupção e Criação de Valor
- Infraestrutura de TI



## Ementas das Disciplinas:

### LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS

Reflexão sobre aspectos sócio-históricos da inclusão das pessoas surdas na sociedade em geral e na escola; a Língua Brasileira de Sinais como língua de comunicação entre as pessoas surdas e como L2 (segunda língua). Concepções da língua e da cultura surda; conhecimento introdutório da formação gramatical da Língua Brasileira de Sinais; desenvolvimento da competência para comunicação básica, tanto referente à compreensão como à sinalização com assuntos voltados a situações cotidianas vivenciadas por diferentes contextos.

### AMBIENTE GLOBAL DE NEGÓCIOS

Conhecimento das principais implicações das relações internacionais no mundo dos negócios. Apresentação dos organismos internacionais de controle e apoio ao Comércio. Compreensão dos elementos básicos de geopolítica, dos blocos econômicos e do macro ambiente de negócios internacionais. Apresentação das questões relativas à multiculturalidade. Estudo das estratégias de vendas internacionais, de captação de clientes e dos principais elementos do marketing internacional. Conhecimento das teorias e técnicas e negociação internacional.

### AMBIENTE, SUSTENTABILIDADE E GOVERNANÇA

Entendimento do direito e suas dimensões. Discussão dos conceitos de democracia, cidadania e participação (política, social e popular). Análise de aplicação destes conceitos em organizações privadas, bem como programas e projetos de políticas públicas de desenvolvimento (sociais e econômicos). Compreensão sobre diversidade, multiculturalismo e direitos humanos.

### ANÁLISE DE CENÁRIOS ECONÔMICOS

Estudo de conceitos básicos da Economia. Entendimento de questões macroeconômicas elementares. Análise da política econômica. Compreensão da relação da conjuntura econômica com o ambiente de negócios. Efeitos das decisões de política econômica no mercado financeiro.

## **ANÁLISE DE CUSTOS E TRIBUTOS**

Estudo dos métodos de custo aplicadas a produtos e serviços. Compreensão da formação do preço de venda, margem de contribuição, ponto de equilíbrio e a relação custo - volume - lucro. Caracterização do sistema tributário nacional (municipal, estadual e federal). Compreensão dos regimes de tributação no Brasil. Análise, cálculo e gestão de tributos e obrigações sociais.

## **ANÁLISE ECONÔMICA DE PROJETOS**

Entendimento e elaboração de orçamento operacional. Aplicação das ferramentas de Gestão Financeira de Longo Prazo. Análise de viabilidade econômica de projetos. Introdução a fontes de financiamento.

## **BIG DATA, DATA SCIENCE E ANALYTICS**

Introdução a Datascience: compreensão da mentalidade orientada a dados, análise exploratória de dados, visualização de dados e inferência estatística. Entendimento do processo de construção e implantação de projetos em Datascience. Gestão de estratégias de negócios com base em objetivos organizacionais e análise dados internos e externos. Definição de estratégias, alinhamento estratégico e utilização de ferramentas de business intelligence e business analytics no suporte a criação de estratégias de negócios.

## **COMPORTAMENTO E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL**

Principais variáveis que impactam no comportamento das pessoas, dos grupos e das organizações. A influência das características individuais, dos valores e das emoções na percepção e na tomada de decisão. A motivação para o trabalho. Dinâmica de equipes e desempenho. Liderança e redes de poder e influência). Comunicação organizacional. Estrutura organizacional e dinâmica de interações. Mudança e técnicas de desenvolvimento organizacional.

## **COMPORTAMENTO E ENGAJAMENTO DO CONSUMIDOR**

Compreensão das temáticas ligadas ao Comportamento e engajamento do consumidor nos meios digitais. Conceito de comportamento do consumidor e evolução dos paradigmas organizacionais (viés qualitativo e quantitativo). Modelos e jornadas do comportamento do consumidor. Os fatores que influenciam o comportamento e engajamento dos consumidores em comunidades online e redes sociais. Variáveis do comportamento do consumidor: satisfação, intenção, inovação, crença, atitude, ativismos digitais dentre outras.

## **CONTROLADORIA E COMPLIANCE**

Estudo e aplicação de controladoria como processo empresarial na área de gestão financeira e de riscos. Estudo teórico do compliance e suas contribuições para compreensão do fenômeno jurídico e da formação de uma cultura ética organizacional. Aplicação de processos de compliance e controles internos com objetivos de maximização do valor da empresa e minimização e mensuração de riscos.



## DESENVOLVIMENTO DE SOFT E HARD SKILLS

Contempla uma abordagem acerca de habilidades essenciais aos negócios empresariais de soft e hard skills, como suporte às práticas de recrutamento; seleção; treinamento; e desenvolvimento. Abarca as políticas e práticas que podem ser adotadas em gestão humana para que as empresas possam obter vantagem competitiva. Captação de profissionais. Educação corporativa. Matriz de Capacitação. Gestão por competências. Tendências em gestão de pessoas.

## ESTADO, GOVERNO E SOCIEDADE

Estudo da origem e da constituição da sociedade e da Constituição da República Federativa do Brasil. Discussão sobre os direitos e garantias fundamentais, direitos individuais, coletivos, sociais e políticos. Compreensão da organização político-administrativa do Estado, da Federação brasileira, do poder legislativo, do executivo e do judiciário. Estudo da defesa das Instituições Democráticas, da ordem econômica e financeira e da ordem Social.



## ESTRATÉGIAS DE CONTEÚDO E MÍDIAS DIGITAIS

Compreensão das principais estratégias de conteúdo e mídias sociais. Elaboração e gestão de conteúdo em diversos formatos. Ferramentas para pesquisa de filtros e identificação de palavras-chave em atributos de SEO. Compreensão do ecossistema de mídias sociais; Planejamento de presença e ações em mídias sociais; Régua de conteúdo e publicação; Monitoramento pleno e parcial de mídias sociais. Também aborda a gestão de conteúdo em tecnologias digitais, com ênfase nas principais métricas usadas para medir performance de conteúdo digital; e principais estratégias de utilização de canais digitais para distribuição de conteúdo.

## GESTÃO DA INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Compreensão sobre estratégia e cultura para a inovação. Entendimento sobre o processo de gestão da inovação e recursos para inovação. Aplicação de ferramentas para a gestão da inovação. Gestão de portfólio de projetos inovadores. Compreensão sobre Indústria 4.0 e transformação digital e suas aplicações nas organizações.

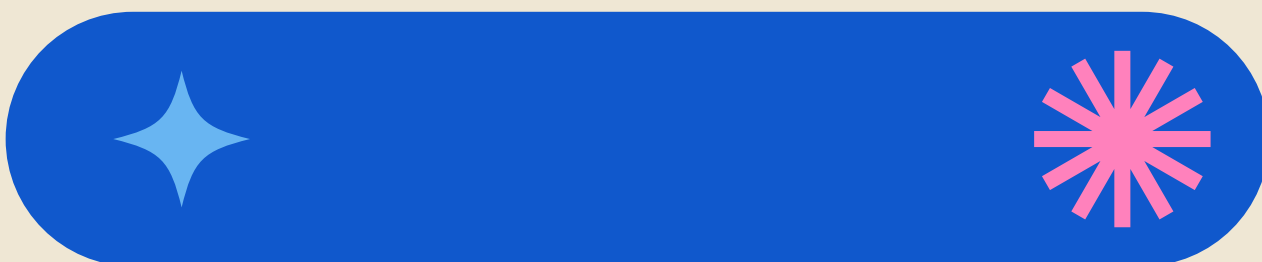


## GESTÃO DE PROCESSOS, CONHECIMENTOS E MUDANÇAS

Estudo dos movimentos de melhoria do desempenho organizacional. Reflexão sobre o alinhamento da estrutura e processo organizacionais com a estratégia e o desempenho. Visão sobre o gerenciamento de processos e mudanças organizacionais. Apresentação dos conceitos de conhecimento as dimensões da Gestão do Conhecimento. Utilização de ferramentas de tecnologia da informação para a Gestão do Conhecimento e uso de indicadores da gestão do conhecimento.

## GESTÃO DE PROJETOS

Estudo dos principais processos, técnicas e instrumentos utilizados para o gerenciamento de projetos. Análise das práticas reconhecidamente aceitas pela comunidade científica e profissional da área para a condução desses empreendimentos. Discussão de conceitos de programa e portfólio de projetos para um melhor posicionamento dos projetos na organização.





## **GESTÃO, OPERAÇÕES E ORGANIZAÇÕES**

Conhecimento dos principais conceitos e funções relacionados à Administração. Uso de ferramentas para o planejamento e a organização das atividades que buscam, de forma eficiente e eficaz, os resultados que tornam as empresas mais competitivas. Capacitação nas atividades envolvendo o suprimento, produção e entrega de produtos e serviços que atendam o mercado.

## **INBOUND E OUTBOUND MARKETING**

Compreensão dos conceitos de Inbound e Outbound Marketing. Entendimento de como funcionam as duas abordagens. Aplicação de ações com o uso de ferramentas de inbound marketing, outbound marketing.

## **INFRAESTRUTURA DE TI**

Apresentação dos componentes que formam uma infraestrutura de Tecnologia de Informação (TI) e suas funções. Estudo dos principais pontos relacionados à infraestrutura de TI nos modelos de gestão de TI. Estudo das características da infraestrutura em ambientes de computação em nuvem. Apresentação do conceito de Green IT.

## **INTELIGÊNCIA E PESQUISA DE MERCADO**

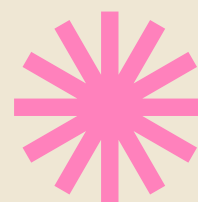
Compreensão dos princípios da pesquisa de mercado. Entendimento da natureza e abordagens em pesquisas de mercado. Aplicações da pesquisa em marketing, comunicação e consumo. Planejamento e protocolo da pesquisa. Aplicação de pesquisas quantitativas e qualitativas, por meio de coleta de informações e análise de dados. Métodos de pesquisa característicos em marketing, comunicação e marketing digital: etnografia, netnografia, observação direta, entrevista em profundidade, métodos não convencionais. Análise ambiental e de mercado. Tendências de novos hábitos de consumo.

## **JORNADA E EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO**

Estudos dos conceitos de user experience, jornada e usabilidade de produtos e serviços. Análise de contexto e entendimento sobre jornada e experiência de usuários. Compreensão das ferramentas e processos de inovação orientados pelo design e centrados no usuário.

## **LEGISLAÇÃO NO SETOR PÚBLICO**

Visão geral sobre Direito Administrativo. Entendimento de licitações, pregões e contratos, bem como Parcerias-Público-Privadas. Compreensão das principais leis do setor público. Aprofundamento na legislação referente ao orçamento público.



## **LIDERANÇA E GESTÃO DE EQUIPES**

Conceituação de liderança. Compreensão de estilos de liderança, influência e poder nas equipes e nas organizações. Definição do conceito de equipe e seus estágios de desenvolvimento e desempenho. Discussão sobre tipos de equipes e papéis dentro dessa organização. Entendimento de desafios dentro da formação e evolução de equipes. Avaliação de desempenho de equipes.

## **LIDERANÇA E GESTÃO DE PESSOAS**

Compreensão da Cultura Organizacional e conceitos de liderança. Entendimento da tríade líder, equipe e contexto organizacional. Definição de indicadores de desempenho e avaliação para a gestão de pessoas. Discussão dos desafios da gestão de pessoas.

## **MARKETING**

Compreender os processos de planejamento e de gestão de marketing. Identificar as principais decisões de gestão marketing. Operacionalizar os conceitos de gestão de marketing. Compreender o contexto institucional em que são tomadas as decisões de gestão marketing. Composto de marketing. Marketing baseado em dados.

## **MERCADO FINANCEIRO E DE CAPITALIS**

Entendimento da estrutura e funcionamento do Sistema Financeiro Nacional. Estudo sobre ativos financeiros, renda fixa e renda variável. Aborda os principais instrumentos derivativos. Compreensão do mecanismo do mercado de capitais como forma de financiamento das empresas e aplicação dos investidores. IPO e novas captações. Discussão sobre o desenvolvimento de novas tecnologias aplicadas ao mercado financeiro, criptomoedas e o mercado de fintechs.

## **MODELO DE NEGÓCIOS DIGITAIS**

Tipologia de negócios digitais. Modelos de negócios com base em novas tecnologias digitais e novas formas de interagir, transacionar e trabalhar. Modelos de negócios baseados em cocriação, colaboração, crowdsourcing, crowdfunding, economia compartilhada e uso x posse. Negócios com impacto social. Impacto de novas tecnologias digitais disruptivas no compartilhamento de informações e conhecimento e na experiência, colaboração e em iniciativas de economia compartilhada. Novas estratégias para negócios digitais. Segurança e privacidade em modelos de negócios digitais.

## **NEGOCIAÇÃO E GESTÃO DE CONFLITOS**

Princípios de uma negociação eficaz. Separação das pessoas dos problemas. Investigação dos interesses. Geração de opções de ganhos mútuos. Utilização de critérios objetivos para a tomada de decisão. Fechamento de acordos sustentáveis. As bases da persuasão. Princípios da mediação de conflitos. O papel e as competências do mediador.

## **OMNICHANNEL E MULTICHANNEL**

Disciplina com foco em comunicação e marketing na perspectiva do relacionamento e como vetor de captação e fidelização. Estratégias para potencializar as vendas, diante novos hábitos de consumo, tendo como principal objetivo compreender as tecnologias existentes para conquistar determinados objetivos. Conhecimento de premissas, processos e metodologias para a definição e implementação de estratégias comunicacionais de excelência. Entende-se, aqui, o pensamento omnichannel como condição para uma experiência completa e as potencialidades das mídias sociais. Importância da produção de conteúdo qualificado. Possibilidades e tendências em contextos altamente tecnológicos.

## **OPERAÇÕES ADUANEIRAS E CUSTOMS COMPLIANCE**

Introdução ao Comércio Exterior e seus princípios.

Apresentação das regulamentações dos processos aduaneiros de importação e exportação. Compreensão dos procedimentos operacionais de comércio exterior. Prática de elaboração de documentação de comércio exterior. Conhecimento dos regimes especiais e benefícios fiscais pertinentes. Discussão sobre as boas práticas no comércio exterior, as iniciativas de facilitação de comércio e sobre o conceito do Operador Econômico Autorizado - OEA.

## **OPERAÇÕES LOGÍSTICAS GLOBAIS**

Estudo dos elementos da cadeia logística internacional. Compreensão das decisões logísticas acerca dos meios e das modalidades de transporte e das responsabilidades nas operações. Detalhamento das questões de riscos e seguros em logística internacional, abordando os INCOTERMS. Compreensão das operações internacionais do comércio eletrônico (cross-border). Avaliação das tendências operacionais e tecnológicas em movimentação de produtos e insumos em âmbito doméstico e global.

## **ORÇAMENTO, FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO EMPRESARIAL**

Compreensão sobre estratégia e gestão financeira de Longo Prazo.

Elaboração de orçamento operacional e fluxo de caixa.

Aplicação de métodos de análise de investimentos.

Apresentação das principais fontes e linhas de financiamento e seus custos.

Estudo das Árvores de decisão, M&A, Venture Capital, Private Equity e Public Equity.

Estudo da empresa: situação financeira, setor, governança, stakeholders, diferenciais.

Aplicação das principais técnicas de valuation.

## **PENSAMENTO LÓGICO E QUANTITATIVO**

Compreensão da Teoria de conjuntos. Aplicação dos conceitos de lógica e cálculo proposicional. Desenvolvimento de raciocínio analítico e argumentação.

Conceitos iniciais de argumentação baseada em dados e pensamento sistêmico.

Noções de Estatística descritiva e inferencial. Noções de juros simples, compostos e série de pagamento.

## **POLÍTICAS PÚBLICAS, ORÇAMENTO PÚBLICO E ACCOUNTABILITY**

Discussões sobre o papel do Estado frente às demandas da sociedade.

Estudo das dimensões de análise das políticas públicas: tipos, atores envolvidos, fases e instituições. Estabelecimento das relações das diferentes abordagens

sobre o papel do Estado na Economia; Sistema Tributário: diferentes abordagens

teóricas, sistema tributário brasileiro: conceitos, instrumentos, carga tributária,

reformas e evolução recente; Compreensão do processo de accountability

e sua importância e relação com governo aberto e transparência.

## **TECNOLOGIAS DIGITAIS, DISRUPÇÃO E CRIAÇÃO DE VALOR**

Estudo das tecnologias digitais e como elas contribuem para o desenvolvimento da inovação disruptiva. Compreensão do processo de integração entre tecnologia e estratégia, implementação, avaliação e gerenciamento de tecnologias em organizações com foco na disrupção e criação de valor.





## VALOR, CUSTO E PREÇO

Como traduzir o valor oferecido ao cliente em receita. Principais fontes de receita.

Métodos de precificação. Desenvolvimento da técnica custo-volume/lucro.

O processo da formação de preço. Os principais ajustes e promoções de preço.

O conceito de ponto de equilíbrio. Estudo de conceitos, ferramentas e metodologias sobre marketing de relacionamento online e offline. Compreensão das métricas e programas de relacionamento com os usuários e clientes.

Estabelecimento da política de preços em produtos e serviços baseada no posicionamento competitivo e nas estratégias das organizações; análise dos aspectos endógenos da organização para a definição dos custos, despesas e margem de lucro desejada.

