

GUIA TEMÁTICO de DISCIPLINAS OPTATIVAS

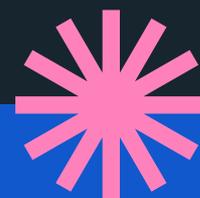
 **Gestão Pública**

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:

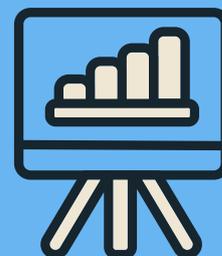
- Gestão de Projetos
- Gestão de Processos, Conhecimentos e Mudanças
- Liderança e Gestão de Equipes
- Comportamento e Desenvolvimento Organizacional
- Desenvolvimento de Soft e Hard Skills
- Controladoria e Compliance
- Valor, Custo e Preço



Se você se interessa por: Economia e Finanças

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

- Análise de Custos e Tributos
- Orçamentos, Financiamento e Investimento Empresarial
- Inteligência e Pesquisa de Mercado
- Mercado Financeiro e de Capitais
- 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 tem interesse 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, o desenvolvimento de talentos e a importância da inclusão

- Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS)
- Comportamento e Desenvolvimento Organizacional
- Desenvolvimento de Soft e Hard Skills
- Negociação e Gestão de Conflitos
- Comportamento Organizacional na TI

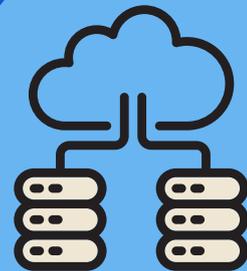


Se você se interessa por:

Dados, Inovação e Transformação Digital

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

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



Se você se interessa por:

Criar sistemas e resolver problemas com código

Aposte nas disciplinas que desenvolvem suas habilidades em desenvolvimento de software e estruturação de sistemas:

- Engenharia de Software
- Lógica e Programação de Computadores
- Infraestrutura de Sistemas Computacionais

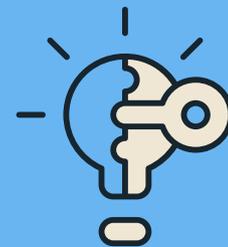


Se você se interessa por:

Dados, inteligência artificial e decisões baseadas em informação

Explore disciplinas que conectam tecnologia, estatística e inovação para análise e tomada de decisões:

- Banco de Dados
- Ciência de Dados e Inteligência Artificial
- Matemática Aplicada à Computação



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.

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.

BANCO DE DADOS

Estudo sobre a definição de dados em modelos relacionais e pós-relacionais, bem como nas abordagens sem esquemas prévios (NoSQL). Compreensão dos diferentes formalismos para modelagem conceitual. Soluções de implementação de bancos de dados, modelos lógico e físico, e mapeamento entre modelos. Estudo sobre linguagens de bancos de dados (SQL) e APIs de acesso (MongoDB, Cypher-Neo4j) e de soluções para Big Data.



BIG DATA, DATA SCIENCE E ANALYTICS

Introdução a Data Science: 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 Data Science. 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.

CIÊNCIA DE DADOS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Introdução à Ciência de Dados. Compreensão da mentalidade orientada a dados, análise exploratória de dados, visualização de dados e inferência estatística. Visão geral das áreas da inteligência artificial: representação do conhecimento, raciocínio e planejamento, processamento da língua natural e aprendizado de máquina. Estudo de tecnologias e aplicações.

COMPORTEAMENTO 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.

COMPORTEAMENTO 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.

COMPORTEAMENTO ORGANIZACIONAL NA TI

Apresentação dos principais conceitos sobre gestão de equipes, liderança e comunicação em projetos de TI. Compreensão das estratégias e técnicas de gestão de conflitos e condução de mediação em cenários de retrospectivas. Estudo das principais habilidades que impactam no comportamento dos profissionais individualmente e em equipe. Discussão e apresentação de casos de modelos organizacionais.

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 – 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.

ENGENHARIA DE SOFTWARE

Introdução aos conceitos de engenharia de software. Apresentação do ciclo de vida de software. Estudo de métodos, processos e ferramentas aplicados no desenvolvimento e manutenção de software. Compreensão dos processos de desenvolvimento de software tradicional e ágil. Entendimento dos processos de engenharia de requisitos. Noções de gerência de projetos de software. Novas tendências em engenharia de software.

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 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.

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 SISTEMAS COMPUTACIONAIS

Apresentação da organização básica de sistemas operacionais. Caracterização de processos e de mecanismos de sincronização, gerenciamento de memória e de entrada e saída. Investigação sobre a concepção de sistemas distribuídos e arquiteturas (cliente/servidor, peer-to-peer e multicamadas). Apresentação dos modelos de referência OSI/ISO e da arquitetura Internet, apresentando em detalhes os níveis de rede, transporte e aplicação.

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.

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.

LÓGICA E PROGRAMAÇÃO DE COMPUTADORES

Fundamentos do pensamento computacional: abstração, decomposição, reconhecimento de padrões e projeto algorítmico. Apresentação do conceito de algoritmo e programa, noções de programação sequencial, comandos condicionais e estruturas de interação. Construção de subprogramas. Estudo das estruturas de dados listas, tuplas e dicionários. Solução computacional de problemas.

MARKETING

Compreensão dos processos de planejamento e de gestão de marketing. Identificação das principais decisões de gestão marketing. Operacionalização dos conceitos de gestão de marketing. Entendimento do contexto institucional em que são tomadas as decisões de gestão marketing. Aplicação do composto de marketing e marketing baseado em dados.

MATEMÁTICA APLICADA À COMPUTAÇÃO

Compreensão de lógica proposicional. Caracterização da teoria dos conjuntos. Apresentação de relações, funções discretas e contínuas. Estudo de matrizes e determinantes. Fundamentos de álgebra linear.

MERCADO FINANCEIRO E DE CAPITAIS

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, crowd sourcing, 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.

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.

