

Controladoria, Auditoria e Finanças Corporativas

Os cursos de pós-graduação oferecidos pela Escola de Negócios são um testemunho de excelência e flexibilidade. Com uma característica única de entrada contínua, a cada nova disciplina há uma oportunidade para os estudantes se juntarem a essa jornada de conhecimento. Essa abordagem dinâmica permite que os alunos ingressem no programa em momentos que melhor se adequem às suas necessidades e cronogramas, garantindo um acesso contínuo à educação de alta qualidade.

Cada curso é meticulosamente estruturado, composto por um total de 15 disciplinas, cada uma oferecendo uma imersão completa em seu respectivo campo de estudo. Das nove disciplinas técnicas conduzidas presencialmente até a disciplina de Ética ministrada no formato EAD, a Escola de Negócios adota uma abordagem diversificada para garantir uma aprendizagem abrangente e de vanguarda. Além disso, as cinco disciplinas eletivas oferecem aos estudantes a liberdade de personalizar sua experiência de aprendizado, escolhendo disciplinas que ampliem suas competências existentes ou introduzam novas habilidades relevantes para suas trajetórias profissionais.

Essa abordagem educacional centrada no aluno e adaptada às demandas do mercado é um claro indicativo do compromisso da Escola de Negócios em preparar os alunos não apenas para se destacarem em suas carreiras, mas também para liderarem e inovarem em seus campos de atuação.

A pós-graduação em Controladoria, Auditoria e Finanças Corporativas da PUCPR capacita profissionais em temas avançados de finanças corporativas, baseados na Moderna Teoria de Finanças, preparando-os para assumir posições estratégicas e de destaque em áreas financeiras de grandes corporações.

O curso vai além das habilidades técnicas e desenvolve também as capacidades sociais e emocionais que fazem a diferença no mercado de trabalho, como análise de dados, fundamentação para tomada de decisões, resolução de problemas, pensamento analítico, inovação, negociação, adaptação e flexibilidade, visão sistêmica, liderança, resiliência entre outros.

As transformações do mercado podem resultar em crises econômicas para as empresas que não contam com equipes eficientes nas áreas financeiras. Por isso, o profissional especializado em controladoria e finanças precisa saber a hora de aprovar a compra de um maquinário caríssimo ou a de negar a verba para um seminário no exterior.

Este curso enfatiza temas que ampliem sua capacidade de desenvolver análises contábeis, como fazer diagnósticos financeiros e de planejar estratégias organizacionais.

O que é controladoria e finanças corporativas?

As finanças corporativas vão muito além de gerenciar as contas a pagar e a receber: elas se referem a tudo que envolve o capital de uma empresa, todas as atividades financeiras necessárias para operar o negócio. Uma controladoria estratégica, por sua vez, visa auxiliar a tomada de decisão dos profissionais que ocupam os mais altos postos dentro da organização.

A Controladoria Estratégica é responsável pelo desenvolvimento e orientação do plano de crescimento saudável de uma empresa. Público-Alvo Profissionais interessados em desenvolver competências em gestão financeira e de

controladoria, de modo a atender as demandas atuais do mercado de trabalho, atuando dentro de organizações ou prestando consultoria estratégica na área.

Campus:

Curitiba

Periodicidade:

Semanal

Modalidade:

Presencial

Mensalidade:

R\$ 489.00

Formato:

Presencial

Inscricao:

[Clique aqui](#)

Duracao:

13 meses

Disciplinas

Gestão de Custos

A gestão de custos pode ser entendida como um ciclo atividades específicas e integradas, de um negócio, desenvolvidas constantemente para subsidiar a tomada de decisão. O objetivo por trás de uma boa gestão de custos é entender como adequar melhor os investimentos para que a margem de lucro seja a maior possível. Por isso, evitar gastos desnecessários e tarefas sem valor agregado é obrigatório.

Valuation

Valuation ou avaliação de uma empresa é o processo de estimar o seu valor de uma forma sistematizada, usando um modelo quantitativo. Mas, mesmo assim, envolve certa dose de subjetividade no julgamento ao definir premissas e selecionar fontes de dados. A confiabilidade do resultado depende da percepção do mercado e da lógica embutida nas decisões de quem lidera a empresa.

Cenários Econômicos

Os cenários econômicos englobam a análise macroeconômica, onde é discutida a evolução dos principais indicadores econômicos que garante a consistência do cenário, e as projeções setoriais. A análise de cenários é essencial porque permite que a empresa entenda melhor as mudanças e a dinâmica do mercado e saiba como se posicionar e responder a elas. Além disso, é uma maneira de alinhar os objetivos internos, as ações e políticas com o mundo real, em constante efusão.

Análise de Projetos de Investimentos

A análise de investimentos serve para ajudar você a identificar a viabilidade de uma aplicação financeira. Por meio deste método, conseguimos determinar quais são as probabilidades de ganhos ou riscos em cada projeto. Dito isso, a análise de investimentos é imprescindível para a tomada de decisões.

Ética

Ementa

Identificação dos pressupostos éticos e morais e dos principais paradigmas éticos, bem como os desafios e os problemas da sociedade contemporânea e sua relação com a prática profissional.

Objetivo

Refletir sobre as causas e consequências da chamada “crise ética” no mundo contemporâneo. Analisar a problematização em torno dos termos ética e moral.

Apresentar os principais modelos éticos.

Refletir sobre as questões ligadas a coerção e a consciência moral.

Compreender os desafios da responsabilidade social e ambiental como um problema ético.

Refletir sobre os principais desafios éticos das instituições e dos profissionais que nelas atual.

Conteúdo

O que falamos quando falamos de Ética?

Moralidade Líquida: que lições tirar do Anel de Giges?

Ética da Virtude: qual é a vida que vale a pena?

Ética do Dever: em que casos é possível mentir?

Ética Utilitária: quem você salvaria em um incêndio?

Ética da Responsabilidade: a humanidade ainda continuará existindo?

C.H. de Eletivas

Carga horária destinada a escolha de disciplinas de outros cursos

Controladoria Estratégica

Uma controladoria estratégica tem como objetivo auxiliar a tomada de decisão dos profissionais que ocupam os mais altos postos dentro da organização. Ela abastece esses executivos com informações para sejam feitos os devidos cálculos, estudos, implementações e controles. A Controladoria Estratégica é responsável pelo desenvolvimento e orientação do plano de crescimento saudável de uma empresa. É ela que fornece informações, sejam elas financeiras ou não, para apoiar o processo de diagnóstico, planejamento, execução e acompanhamento da estratégia empresarial.

Governança Corporativa, Auditoria e Compliance

A governança corporativa pode ser definida como “o sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre sócios, conselho de administração, diretoria, órgãos de regulatórios. A auditoria é uma avaliação cuidadosa e sistemática das atividades desenvolvidas dentro de uma empresa ou órgão. O principal objetivo dessa operação é entender se os processos estão sendo desenvolvidos de acordo com o esperado em sua concepção. O compliance é o ato de estar em conformidade com determinadas as leis, normas e regras. Pode ser tanto em relação às leis federais ou às políticas corporativas. Nas empresas, sua aplicação trata-se basicamente de estar em conformidade com os regulamentos, diretrizes e, claro, leis que regem sua atuação.

Finanças Corporativas

As finanças corporativas vão muito além de gerenciar as contas a pagar e a receber: elas se referem a tudo que envolve o capital de uma empresa, todas as atividades financeiras necessárias para operar o negócio. As finanças corporativas lidam com todas as atividades financeiras necessárias para operar uma entidade ou negócio. Elas têm tudo a ver com gerenciar dinheiro em uma empresa, desde a obtenção de fundos até o seu uso. Em uma empresa de pequeno porte, o empresário geralmente pode cuidar da função financeira.

Gestão Tributária

Gestão Tributária ou controle de tributos é o processo que vai além do simples pagamento em dia dos impostos de uma empresa. É o processo que envolve gerenciamento, planejamento, análise, controle e acompanhamento de todas as obrigações tributárias do empreendimento.

Gestão Orçamentária

A gestão orçamentária pode ser entendida como a administração e o planejamento financeiro baseado em cenários nas receitas e despesas projetadas para o longo prazo. Isto é, é a distribuição e previsão dos recursos que serão usados para que a empresa funcione durante um período.

Gestão de Custos

A gestão de custos pode ser entendida como um ciclo atividades específicas e integradas, de um negócio,

desenvolvidas constantemente para subsidiar a tomada de decisão. O objetivo por trás de uma boa gestão de custos é entender como adequar melhor os investimentos para que a margem de lucro seja a maior possível. Por isso, evitar gastos desnecessários e tarefas sem valor agregado é obrigatório.

Valuation

Valuation ou avaliação de uma empresa é o processo de estimar o seu valor de uma forma sistematizada, usando um modelo quantitativo. Mas, mesmo assim, envolve certa dose de subjetividade no julgamento ao definir premissas e selecionar fontes de dados. A confiabilidade do resultado depende da percepção do mercado e da lógica embutida nas decisões de quem lidera a empresa.

Cenários Econômicos

Os cenários econômicos englobam a análise macroeconômica, onde é discutida a evolução dos principais indicadores econômicos que garante a consistência do cenário, e as projeções setoriais. A análise de cenários é essencial porque permite que a empresa entenda melhor as mudanças e a dinâmica do mercado e saiba como se posicionar e responder a elas. Além disso, é uma maneira de alinhar os objetivos internos, as ações e políticas com o mundo real, em constante efusão.

Análise de Projetos de Investimentos

A análise de investimentos serve para ajudar você a identificar a viabilidade de uma aplicação financeira. Por meio deste método, conseguimos determinar quais são as probabilidades de ganhos ou riscos em cada projeto. Dito isso, a análise de investimentos é imprescindível para a tomada de decisões.

Processo de Gestão de Pessoas

Atração e retenção de talentos. Técnicas de avaliação de desempenho. Treinamento e desenvolvimento. Gestão de carreira. Indicadores estratégicos de recursos humanos.

Ecossistemas de Inovação e Capital Humano

No mundo corporativo, um ecossistema de inovação bem-sucedido é quando empresas, universidades e governos se unem para criar um ambiente colaborativo e inovador, em que todos trabalham juntos e compartilham resultados em comum, proporcionando uma intensa troca de experiências. Indicadores de mensuração da inovação. Os ecossistemas de inovação são polos que reúnem e integram a infraestrutura ao capital humano e financeiro para favorecer ambientes de pesquisa e desenvolvimento que buscam solucionar dores latentes de mercado, criando produtos, serviços e projetos que atendam à tais necessidades. Plataformas de inovação aberta. Criação de ambientes inovadores nas organizações.

Liderança e Gestão de Equipes

Desenvolvimento do pensamento estratégico a partir de times de trabalho. Estilos de liderança. Construção de confiança e espírito colaborativo das relações. Gestão do tempo. Papéis e responsabilidades de equipes autogerenciáveis. Competências contemporâneas do líder em ambientes complexos e competitivos.

Felicidade Interna no Trabalho

Indicadores para mensuração de clima organizacional, Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) e Felicidade Interna Bruta (FIB). Autoconhecimento e diferenças Individuais. Mindfulness e seus benefícios para a saúde na vida e no trabalho. Mentoria e coaching. Equilíbrio entre gestão da carreira e da vida pessoal.

Comportamento Organizacional

Diversidade. Motivação. Comunicação eficaz. Gestão de conflitos. Técnicas de negociação. Inteligência emocional. Relações de poder e influência. Cultura organizacional. Competências interculturais em organizações globais.

Remuneração Estratégica

Remuneração por competências. Modelos de estruturação de cargos e salários. Planos de incentivos e benefícios. Pesquisa salarial. Cálculo de folha de pagamento e seus respectivos impactos nos resultados das empresas. Indicadores financeiros de RH.

Relações Trabalhistas e Saúde no Trabalho

São as relações entre o trabalho/a mão-de-obra (que presta o trabalhador) e empregador ou capital (pago pela entidade empregadora) no âmbito do processo de produção. As relações de trabalho são regulamentadas por um contrato de trabalho, que define os direitos e as obrigações de ambas as partes.

Promover a aplicação das melhores práticas jurídico-trabalhista dentro das empresas para minimizar passivos trabalhistas; colaborar estrategicamente com a gestão processos e procedimentos nas relações trabalhistas nas empresas, visando criar um ambiente colaborativo, seguro e com risco trabalhista calculado. A Saúde do Trabalhador é o conjunto de atividades do campo da saúde coletiva que se destina, por meio das ações de vigilância epidemiológica e vigilância sanitária, à promoção e proteção da saúde dos trabalhadores, assim como visa à recuperação e reabilitação da saúde dos trabalhadores submetidos aos riscos e agravos.

Gestão por Competências

Alinhamento entre gestão de pessoas e estratégia organizacional. Competências organizacionais e competências pessoais. Mapeamento de competências e estruturação organizacional. Relação entre gestão de pessoas e governança corporativa. O papel estratégico do RH na institucionalização da cultura organizacional. Políticas de recursos humanos com base no modelo de competências.

People Analytics: Data Science aplicada à Gestão de Pessoas

Utilização de dados para identificar comportamentos com o objetivo de melhorar o ambiente de trabalho. Aprendizagem de máquina (machine learning) como suporte de tomada de decisões em RH. Aprimoramento dos processos de avaliação de desempenho, treinamento e carreira com o uso da inteligência artificial.

Inteligência Artificial e Machine Learning aplicado aos negócios

A IA tornou-se um termo genérico para aplicativos que executam tarefas complexas que antes exigiam informações do usuário, como a comunicação com clientes on-line ou um jogo de xadrez. O termo é frequentemente usado de forma intercambiável com seus subcampos, que incluem machine learning (ML) e aprendizado profundo.

Plataformas e ferramentas Digitais/Tecnologia para as necessidades organizacionais

As plataformas digitais são modelos de negócios que funcionam através de tecnologia. Elas conectam usuários e empresas de diversos setores. Quando falamos em e-commerce as plataformas digitais são essenciais para encurtar o caminho entre seu produto e o cliente. Tecnologia da informação nas empresas

é o uso de um conjunto de hardwares e softwares para que a empresa consiga melhorar suas rotinas e otimizar seus processos internos e externos, por meio de soluções computacionais e dados

Legislação no Ambiente Digital

A lei Digital trata da ética da tecnologia na sociedade. O uso não-ético manifesta-se sob a forma de roubo e/ou crime. O uso ético manifesta-se respeitando as leis da sociedade. Os utilizadores precisam de compreender que roubar ou causar danos ao trabalho, identidade ou propriedade online de outras pessoas é um crime. A Lei 12.965, de 23/4/2014, conhecida como “Marco Civil da Internet”, estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. O Direito Digital, assim como crime cibernético, é um ramo do Direito relativamente novo no Brasil. Surgiu em meados de 2012 com a Lei nº 12.737

Sistemas de BI e Governança Digital

BI significa Business Intelligence, ou inteligência de negócios. Esta é uma metodologia aplicada a todos os setores de uma empresa: operacional, financeiro, RH, marketing, comercial, entre outros. A função dessa estratégia se baseia na análise de dados, liderada pelo departamento de TI. Por oferecer apoio nas decisões de forma inteligente e por meio de um processo de captação de dados, o Business Intelligence (BI) permite que as informações sejam adquiridas de qualquer sistema e gravadas em um banco de dados modelado de acordo com o seu próprio negócio. A governança da rede refere-se à forma como essa rede será estruturada e organizada, seus mecanismos regulatórios e de tomada de decisão, para garantir os interesses dos membros e assegurar que as normas estabelecidas sejam cumpridas tanto pelos gestores quanto pelos participantes. Governança digital facilita e universaliza o uso e o acesso aos serviços digitais. Compartilha e integra dados, processos, sistemas, serviços e infraestrutura.

Design Thinking e novos modelos de negócios

O design thinking é centrado no ser humano, altamente colaborativo, experimental, otimista e visual. Assim, é preciso acreditar que se pode fazer a diferença, desenvolvendo um processo intencional para chegar ao novo, impactar positivamente as pessoas e criar soluções de negócio inovadoras. Como o Design Thinking utiliza de práticas conjuntas em busca de inovação, ele favorece o desenvolvimento de um novo olhar sobre as situações. E isso também ajuda para que os colaboradores consigam compreender melhor o mundo do outro, o que melhora o relacionamento entre as equipes e a solução rápida de problemas

Data Science & Business Intelligence

Data Science ou Ciência de Dados é um estudo muito disciplinado com relação aos dados e demais informações inerentes à empresa e as visões que cercam um determinado assunto. Em resumo é uma ciência que visa estudar as

informações, seu processo de captura, transformação, geração e, posteriormente, análise de dados.

Consumer Insights

Consumer insights consiste em entender o consumidor a partir de dados coletados de ferramentas específicas e traçar o melhor caminho a partir disso

Digital Analytics

Digital analytics engloba a coleta, medição, análise, visualização e interpretação de dados digitais ilustrando o comportamento dos usuários em websites, em dispositivos e em aplicações mobile. Um importante componente da inteligência digital, permite que marcas e donos de sites entendam como suas páginas e aplicativos estão sendo encontrados e usados. Ao usar dados da analítica digital, companhias podem otimizar a experiência do consumidor em seus domínios e também melhorar o ROI do marketing, oferta de conteúdos e a performance geral dos negócios.

Métodos quantitativos aplicados nos negócios

Os métodos quantitativos aplicados são uma combinação das ciências matemáticas, estatísticas e computacionais. As ciências humanas possuem como objeto comum de investigação o ser humano enquanto animal racional social. Métodos Quantitativos Aplicados à Administração enfoca as técnicas de análise de resultados, bem como as ferramentas necessárias para o conhecimento e identificação de situações do dia-a-dia no mundo dos negócios.

Economia e Política Internacional

A Política Internacional é uma parte de um sistema mais amplo e complexo de relações. As Relações Internacionais, abarca as relações políticas, econômicas, culturais, sociais, históricas, geográficas, etc., entre os países. Parte da teoria Econômica que estuda as relações entre os países, as quais envolvem transações com mercadorias, transações com serviços e transações financeiras. A economia de um país passa pelo comércio internacional, uma vez que é o setor que garante a venda do excedente de produção dessa região e, ao mesmo tempo, permite que o mercado consumidor tenha acesso às mercadorias não disponíveis internamente.

Sustentabilidade e ESG: Pilares e Práticas para Empresas e Investidores

Ao final da disciplina, o participante será capaz de aplicar os princípios da abordagem ESG em empresas e investimentos; reconhecendo a importância do alinhando a estratégia organizacional aos pilares ambientais, sociais e de governança, da integração dos temas ESG em processos e áreas da empresa, do monitoramento das certificações, regulamentações relacionadas ao tema. Tudo isso incentivando atitudes éticas e responsáveis para a promoção do desenvolvimento sustentável.

Gestão Integrada em ESG

Ao final da disciplina de Gestão Integrada em ESG, os alunos serão capazes de aplicar as ferramentas e conceitos de análise de materialidade e gestão de riscos

em ESG, além de desenvolver habilidades na gestão da sustentabilidade na cadeia de fornecedores, rastreabilidade e engajamento de stakeholders na relação com os temas materiais.

Dimensão Governança no Contexto ESG

Ao final da disciplina os estudantes serão capazes de compreender o contexto, fundamentos e princípios da governança corporativa, incluindo ética, integridade e reputação. Identificar as instâncias da governança, como gestão, comitês e conselhos, e entender os instrumentos de governança. Reconhecer o papel dos agentes de governança na agenda positiva ESG e entender as influências internas e externas na estrutura de governança, incluindo conflito de agência e integração de interesses dos stakeholders.

Dimensão Social no Contexto ESG

Ao final da disciplina, os participantes serão capazes de compreender os conceitos e fundamentos da dimensão social em ESG, bem como identificar a relação dos direitos humanos com essa dimensão. Serão capazes de reconhecer a importância da diversidade e inclusão, saúde e segurança dos colaboradores e diálogo com as comunidades locais no contexto ESG. Além disso, terão habilidade para aplicar indicadores e métricas para avaliação da performance da dimensão social em ESG e desenvolver estratégias eficazes para lidar com os desafios e oportunidades relacionados a essa dimensão.

Dimensão Ambiental no Contexto ESG

Ao final da disciplina, os participantes estarão aptos a aplicar conceitos e práticas relacionados à dimensão ambiental do contexto ESG (Environmental, Social, and Governance). A dimensão ambiental do ESG abrange aspectos como uso sustentável dos recursos naturais, economia circular, logística reversa, certificação ambiental, controle de emissão de gases de efeito estufa e redução da pegada de carbono, entre outros

Finanças Sustentáveis em ESG

Ao final da disciplina Finanças Sustentáveis em ESG, o estudante estará apto a compreender os principais conceitos e tipos de investimentos sustentáveis, bem como a relação entre os mercados financeiros e a sustentabilidade. Além disso, terá compreendido as principais regulamentações e governança em finanças sustentáveis e como os critérios ESG são integrados na análise de investimentos. O estudante também terá adquirido conhecimento sobre os principais indicadores de desempenho ESG, a importância dos relatórios de sustentabilidade e as inovações financeiras sustentáveis, como green bonds e social bonds.

Marketing e Comunicação Integrada em ESG

Ao final da disciplina os estudantes serão capazes de: segmentar o mercado e identificar públicos-alvo para o ESG, abordar o marketing ESG para diferentes

stakeholders, desenvolver estratégias de comunicação integrada para o ESG e gerir crises reputacionais relacionadas ao ESG. Eles também serão capazes de posicionar e criar propósito de marca vinculados ao ESG, desenvolver identidade, imagem e reputação, entender o papel da alta gestão na cultura de marketing ESG e alinhar o discurso à prática organizacional.

Gestão da Inovação em ESG

Ao final da disciplina os estudantes serão capazes de compreender a evolução dos conceitos ESG e as novas perspectivas para o capitalismo consciente, de stakeholders, regenerativo, bioeconomia e Economia Donut, bem como a aplicação da inovação à sustentabilidade. Além disso, os estudantes irão aprender sobre os principais desafios e analisar cases de inovação em ESG, desenvolvendo uma visão crítica sobre as práticas de gestão da inovação neste contexto

Estratégia Corporativa e ESG

Ao final da disciplina de Gestão Estratégica e ESG, os estudantes serão capazes de integrar práticas ESG na estratégia empresarial, alinhar a empresa com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, gerenciar resultados e impactos ESG, e utilizar métricas e indicadores de desempenho ESG para tomar decisões Estratégicas.

Mercado de Capitais

O mercado de capitais é um sistema financeiro que permite a captação de recursos para empresas e governos através da emissão de títulos, como ações e debêntures. Nesse mercado, os investidores compram títulos para obter lucros a partir dos juros ou da valorização desses ativos. Mercado de capitais é um sistema de distribuição de valores mobiliários que proporciona liquidez aos títulos de emissão de empresas e viabiliza o processo de capitalização. É constituído pelas bolsas de valores, sociedades corretoras e outras instituições financeiras autorizadas.

Análise da Conjuntura Econômica - Prospecção de Cenários Tecnológicos

Na análise de conjuntura o importante é analisar os acontecimentos, sabendo distinguir fato de acontecimento e, depois, distinguir os acontecimentos segundo sua ordem de importância. É um instrumento metodológico, que serve para interpretar os eventos, os quais surgem da ação dos atores em específicos contextos. Os contextos não são estanques, são dinâmicos em virtude dos eventos que surgem, findam ou se reproduzem. A prospecção tecnológica pode ser definida como um meio sistemático de mapear cenários com desenvolvimentos científicos e tecnológicos futuros capazes de influenciar de forma significativa uma indústria, a economia ou a sociedade como um todo.

Tecnologia da Informação (TI) e Inovação Tecnológica

A tecnologia se tornou uma forte aliada para detectar e corrigir possíveis ameaças à integridade da organização sem a necessidade de manter um departamento imenso de auditoria. Hoje, plataformas de Big Data Analytics permitem que uma enorme quantidade de dados possa ser coletada e analisada de acordo com os interesses das empresas. A automatização e a inteligência artificial aplicadas aos negócios tornam os processos de gestão de risco e compliance

mais ágeis, precisos e com modelos e métricas relevantes. Rastrear uma empresa e entender como ela está posicionada no mercado em diferentes perspectivas – cadastral, societária, fiscal e tributária, judicial e extrajudicial, trabalhista, política, socioambiental, entre outras – e seus possíveis relacionamentos empregatícios, societários e familiares, tanto em relação ao parceiro direto quanto à sua rede de relacionamentos de negócios. E esse é um grande diferencial para quem quer destaque no cumprimento do compliance em mercados interconectados.

Análise de Dados para Negócios

É o processo de coleta, modelagem e análise de dados que irão dar suporte para as tomadas de decisões. Existem diversas técnicas e métodos para fazer análise de dados dependendo do mercado e o objetivo da análise. A análise de dados é o processo de extrair insights corporativos valiosos, a partir de informações coletadas de diversas fontes da sua empresa. Desse modo, é possível auxiliar na tomada de decisão, melhorando os resultados.

Business Intelligence e Data Visualization

Introdução a Banco de Dados. Modelagens de dados. Métodos de extração, transformação e armazenamento de informações. Big Data. Descoberta de informações em banco de dados, Business Intelligence. Mineração de Dados. Essa disciplina aborda como você pode visualizar e apresentar dados para diferentes públicos. Introduce a visão multidimensional, permitindo que as informações sejam dispostas em diferentes perspectivas e possam ser utilizadas para contar uma história, tornando a decisão mais natural, fácil e intuitiva, auxiliando o tomador de decisão já que se pode verificar tendências nos dados a fim de extrair o máximo de insights sobre eles, assim como estabelecer relevância para os mesmos. Storytelling com Dados e com técnicas de comunicação que permita alavancar a visualização de dados e o raciocínio lógico. Conhecer a biblioteca Python Seaborn baseada em Matplotlib de alto nível para visualização de dados e a biblioteca para visualização de dados interativa Bokeh, voltada para execução em Web Browser. As ferramentas de mercado escolhidas para a disciplina são o Tableau e o Power BI, por serem os líderes de mercado pelo quadrante mágico do Gartner.

Gestão Estratégica de Pessoas

A disciplina apresenta uma visão estratégica da gestão de pessoas. Evidência de que a gestão de pessoas na empresa moderna precisa ser articulada com a estratégia organizacional e com os diferentes modelos de gestão. É essencial a compreensão da lógica da valorização das pessoas consolidada por meio de uma efetiva gestão da remuneração. No âmbito do desenvolvimento da capacidade de gerir outras pessoas é importante que o gestor amplie seus conhecimentos e habilidades. Entender as motivações pessoais, desenvolver habilidades de liderança, relacionamento pessoal, negociação e influência sobre pessoas é imprescindível para o avanço profissional e a gestão de mudanças na organização. Ambiente organizacional. Gestão estratégica de pessoas. Práticas coletivas de gestão de pessoas. Gestão por competências. Visão dinâmica (processual) e a importância da interação na consolidação das competências. Conceitos, princípios e práticas acerca de processos de Aprendizagem Individual e Coletiva.

Desenvolvimento e Gestão de Carreira

Autogestão e auto percepção; Missão e propósito profissional; Valores profissionais; Características/ perfil profissional; Impacto profissional - imagem profissional – heteropercepção; Mercado de trabalho e tendências; Materiais - como traduz na rede profissional; Plano de Carreira curto, médio e longo prazo. Conceitos Chaves de Carreira. Ideias Centrais para um Planejamento de Vida e

Carreira do Administrador com alinhamento de metas pessoais e profissionais. Vida e Carreira como Dimensões Integradas e Interdependentes. A importância do Autoconhecimento para o alcance da realização pessoal e de uma Carreira sustentável na área de Administração. Planejamento Estratégico Pessoal e definição de objetivos de carreira

do profissional de Administração. A importância da Gestão do Plano de Vida e Carreira. Roteiro para Construção do Plano de Vida e Carreira na Prática.

Planejamento da Força de Trabalho

Fases e características do processo de trabalho. Composição e qualificação da força de trabalho. Dinâmica da força de trabalho. Conceito de equipe de trabalho. Funções e atividades do gerente de vendas. Planejando e desenvolvendo da equipe de trabalho. Perfil e habilidades do profissional de vendas. Ética e legislação. Criando remuneração atrativa. Mercado consumidor versus organizacional. Relatórios comerciais. A tecnologia e a administração de vendas e de trabalho. Diagnóstico de RH e Planejamento de Pessoal. Rotatividade e absenteísmo. Recrutamento, Seleção e Integração. Gestão da Remuneração: cargos, salários e benefícios. Departamento Pessoal: rotinas de admissão, folha de pagamento e rescisão de contrato. Capital e trabalho: sindicalismo e relações sindicais. Higiene, Segurança e Medicina do Trabalho.

Gestão da Mudança e Cultura Organizacional (Change Management)

Nesta disciplina os alunos participarão de debates envolvendo a compreensão e análise dos vários aspectos do comportamento das pessoas relacionados à cultura organizacional e as relações de poder em um mundo em constante mudança. Conhecer os fatores comportamentais de interação entre indivíduos e organização e os seus mecanismos de aprendizagem e desenvolvimento organizacional são competências essenciais para os líderes de organizações. Análise e compreensão dos processos de mudança organizacional à luz das principais teorias e refletir sobre questões éticas e metodológicas. Organização e Mudança: concepções ontológicas e epistemológicas; Conceito e estrutura de análise; Abordagens teóricas; ideologia, ética e justiça; Mudança organizacional continuada.

Educação Corporativa, Counseling, Coaching e Mentoring

A Gestão de treinamento e desenvolvimento dentro do processo organizacional é ação fundamental, na medida em que está relacionada não só com o aperfeiçoamento e o desenvolvimento contínuos das pessoas, mas também com o desenvolvimento da organização. Ou seja, uma organização deve oferecer ambiente contínuo de aprendizagem como ação estratégica para reter o seu pessoal, buscando minimizar gastos e descontinuidade de trabalhos desnecessários, assim como maximizar a satisfação das pessoas e o bom desenvolvimento da organização. Desta forma, a construção, o desenvolvimento e a aplicação das competências organizacionais, requerem um olhar cuidadoso ao seu pessoal oferecendo treinamento e desenvolvimento contínuos, onde colaborador e organização serão beneficiados. Educação no mundo, na realidade Brasileira e no contexto da sociedade do conhecimento; Educação nas Organizações; Educação Corporativa: conceito, histórico, contexto e tecnologias; Educação Corporativa; Gestão de Pessoas e Gestão das Organizações e Experiências de Sucesso em Educação Corporativa. Coaching, mentoring e counseling traz as origens, particularidades e metodologias para a aplicação de cada um desses instrumentos, fazendo conexão com as questões operacionais, estratégicas e de desenvolvimento de negócios das empresas, bem como das pessoas que compõem os mais diferenciados quadros de colaboradores das organizações.

Balanced Score Card-BSC: Ferramenta de Gestão e Avaliação de Desempenho

Balanced Scorecard (BSC). Perspectivas do BSC, Fases para implantação do BSC, Avaliação de desempenho pelo BSC. Planejamento como instrumento de mudança organizacional. O conceito e característica do Planejamento e Gestão Estratégica. Referenciais Estratégicos: Interpretação Estratégica de Negócio; Visão de Futuro; Missão Institucional e Filosofias Empresariais. Análise dos Ambientes Externo e Interno. Matriz SWOT. Balanced Scorecard - BSC: Perspectiva Aprendizado e Crescimento; Perspectiva Processos Internos; Perspectiva Clientes; e Perspectiva Financeira. Mapa Estratégico. Consolidação da Proposta de Valor. Plano de Ação Estratégico. Será apresentada ao aluno uma visão moderna e prática de como utilizar a avaliação de desempenho para obter os melhores resultados das

equipes de trabalho. O aluno desenvolverá uma visão crítica quanto aos instrumentos, processos e metodologias relacionados à gestão do desempenho e com isso poder propor modelos que tenham aderência à estratégia e à cultura organizacional. As aulas são dinâmicas e práticas, com estudos de caso, exercícios práticos e análise dos modelos e metodologias utilizados pelo mercado.

Recrutamento, Seleção, Treinamento e Desenvolvimento

Recrutamento e Seleção. Mudanças Organizacionais. A importância do processo de provisão de pessoal para os resultados organizacionais; O mercado de trabalho e de Recursos Humanos na atualidade; O Planejamento na área de Recursos Humanos; O recrutamento de pessoal; A seleção de pessoal; Aspectos Legais que envolvem o Recrutamento e a Seleção. Treinamento e Desenvolvimento de Pessoas. Desenvolvimento Organizacional. Qualidade de

Vida no Trabalho. Gestão de Expatriados.

Liderança e Gestão por Competências

A disciplina apresenta uma visão estratégica da liderança e gestão de pessoas no cenário de economia digital e hiperconectividade. Evidencia-se cada vez mais que a liderança e a gestão de pessoas na empresa exponencial e nos negócios digitais precisam estar articuladas com a estratégia organizacional e com os diferentes modelos de gestão. É essencial a compreensão da lógica da valorização das pessoas consolidada por meio de uma efetiva gestão das competências e características individuais, alinhados com os valores e missão da organização.

O aluno será também estimulado a refletir sobre sua carreira e desenvolvimento

profissional perante o mercado de trabalho. O argumento é que no ambiente competitivo em que vivemos a questão da carreira e desenvolvimento se tornou

o principal aspecto na atração e retenção de pessoas, além de constituir questão

chave na competitividade profissional do aluno. Gestão por Competências. Metodologias de implementação da Gestão por Competências. Metodologias de manutenção do processo de Gestão por Competências. Gestão de desempenho na Gestão por competências.

People Analytics, Indicadores Estratégicos de RH e Avaliação de Desempenho

Compreender e utilizar os conceitos, matrizes e ferramentas de People Analytics, para a gestão de Pessoas e Equipes, visando alavancagem e manutenção de indicadores de negócios com retenção de talentos. Além disto, preparar o aluno para estruturar e gerenciar áreas de análise de dados, em conjunto com suas frentes de negócios. O curso é completo e fornece uma visão das teorias, matrizes, métricas e tendências de People Analytics existentes, principalmente no âmbito Digital. Bem-vindos a era da Liderança de pessoas em cultura Data Driven Companies.

Gestão Estratégica da Inovação e Empreendedorismo

A disciplina tem como objetivo fornecer aos participantes uma compreensão abrangente dos princípios e práticas de gestão que sustentam a inovação e o empreendedorismo nos negócios, capacitando-os a aplicar estratégias eficazes para impulsionar a inovação e promover o crescimento empresarial.

Liderar e Inspirar

Liderança inspiradora é capacidade que um líder possui para inspirar as pessoas com uma visão convincente de futuro, garantindo uma direção clara onde todos possam trabalhar coletivamente para o alcance de um objetivo em comum.

Planejamento, Estrutura e Operações de Venda

Conceito de vendas. Funções e atividades do gerente de vendas. Planejando e desenvolvendo a força de vendas. Perfil e habilidades do profissional de vendas. Ética e legislação em vendas. Criando remuneração atrativa. Mercado consumidor versus organizacional. Relatórios comerciais. A tecnologia e a administração de vendas. Promoção de vendas. Merchandising. Compreender a importância da atividade de vendas para a sociedade e sua integração com as demais áreas da empresa, observando as atitudes, valores, e competências e do gerente de vendas e da força de vendas.

Gerenciar a atividade de vendas por meio do planejamento do departamento utilizando o desenvolvimento da força de vendas, a motivação e liderança dos vendedores, a remuneração, a promoção de vendas e merchandising, a implantação das técnicas de vendas, a expedição e análise de relatórios comerciais, de forma ética e com base na legislação pertinente.

Design Thinking e Customer Centricity - Design Centrado no Usuário

Conhecer as bases do design mindset e as competências do design como inerentes ao processo de inovação. Explorar as novas fronteiras entre a atividade de design e gestão, bem como sua abordagem interdisciplinar e criativa de entendimento e geração de soluções a situações problema. A disciplina busca mostrar que o entendimento dessas situações pode levar ao desenvolvimento de sistemas de produtos, serviços e novos negócios. Conceituação de Design Centrado no Usuário (UCD); Princípios de design centrado no usuário; Processos de Design Centrado no Usuário; Formas de envolvimento de usuários no processo de design (informativo, consultivo, participativo); Métodos e técnicas de design participativo, focada na aplicação em Gestão empresarial.

Tecnologias da informação

Tecnologia da informação é uma área de conhecimento que se dedica a desenvolver soluções com base em recursos computacionais no intuito de viabilizar a produção, o armazenamento, o acesso, o processamento, a comunicação, a segurança e o uso de dados e informações. Ainda que possa ser compreendida de várias formas, a TI é entendida como o conjunto de todas as atividades e soluções produzidas por meio de recursos tecnológicos da computação para realizar o armazenamento, processamento, utilização e transmissão da informação. Vários produtos ou serviços dentro de uma economia estão associados à tecnologia da informação, incluindo hardware de computador, software, eletrônicos, semicondutores, internet, equipamentos de telecomunicações e comércio eletrônico

Gestão Estratégica de Marketing

Plano estratégico em Marketing orientado para o mercado e aplicado em diferentes tipos de negócio. O Marketing estratégico e sua inter-relação com as demais áreas da organização. Tomada de decisão e investimentos em Marketing nas empresas modernas. Tendências em estratégias de Marketing. Gestão estratégica orientada para o mercado; Processo de planejamento de marketing; Análise de portfólio; Análise setorial: concorrentes, clientes e outros stakeholders; Determinação de objetivos e estratégias de marketing; Segmentação de Mercado; Posicionamento competitivo; Plano de marketing; Decisões sobre o mix de marketing; Auditoria e Métricas de Marketing."

Franchising: estratégia de expansão

Franchising é uma estratégia de expansão de negócios que provou oferecer um crescimento rápido e com riscos calculados, mas razoavelmente reduzidos. É uma forma de expansão de marca, de canal de distribuição e de aumentar o poder de compra junto a fornecedores

Growth Hacking: crescimento rápido dos negócios

Growth hacking é uma forma de trabalhar o crescimento do seu negócio com base em práticas melhores, que são construídas a partir de hipóteses e experimentos. É uma abordagem que se concentra na rápida experimentação por meio dos canais de marketing, características do produto e modelos de negócios, a fim de identificar rapidamente as estratégias de crescimento mais eficientes para uma empresa

Planejamento financeiro: da captação de recursos ao IPO

Planejamento financeiro é o processo de desenvolvimento de estratégias para ajudar a empresa no aspecto financeiro para atingir os objetivos. O IPO é a sigla para Initial Public Offering, que significa Oferta Pública Inicial. Basicamente, é quando os donos de uma empresa vendem parte dela para os investidores. Esse processo é público porque qualquer pessoa pode comprar as ações da companhia na Bolsa de Valores.

Inteligência Competitiva, Estratégia e Pipeline de Vendas

A disciplina apresenta os conceitos e práticas de marketing adequadas para o negócio digital. O objetivo é capacitar o aluno para o gerenciamento e operação das principais atividades comerciais da empresa digital. Serão discutidas técnicas aderentes aos modelos de negócios de empresas de produtos e serviços digitais, visando ao melhor atendimento ao cliente. Essas técnicas proporcionarão a otimização do mix de produto, da logística de distribuição, da sistemática de preços e promoções, das negociações, da pesquisa de mercado, do comércio eletrônico, do respeito aos direitos do consumidor e de outras técnicas pertinentes ao negócio digitais, permitindo o planejamento e controle de resultados.

Estratégia de Branding

Compreensão da dinâmica do Marketing, das relações estabelecidas entre a empresa e o consumidor, através dos conceitos e estratégias de criação, gestão e avaliação geral da marca: os valores agregados, a visão dos consumidores e a importância de uma marca forte: fidelização, renovação e posicionamento no mercado. Integração da gestão da marca e da gestão do negócio com base no desdobramento estratégico do propósito. Conceituação de propósito e alma de marca, objetivos SMART, leitura do ambiente interno e externo (SWOT + 5 Forças de Porter), identificação de tendências e definição de planos de ação de marca

Comunicação Integrada de Marketing

Nesta disciplina de Comunicação Integrada de Marketing (CIM), exploraremos como as plataformas digitais, impulsionadas pelo desenvolvimento tecnológico e mudanças no comportamento do consumidor, têm revolucionado a comunicação entre empresas e consumidores. Analisaremos como a inteligência artificial e a análise de dados permitem uma personalização mais eficaz das mensagens de marketing, enquanto a automação simplifica processos repetitivos. Abordaremos ainda o papel do marketing de conteúdo e a análise de dados avançados, buscando criar experiências imersivas e entender o desempenho das campanhas. Ao fim, esperamos que os alunos desenvolvam uma consciência profunda sobre as tendências da comunicação de marketing e saiam equipados para inovar e adaptar estratégias às necessidades dos consumidores em constante evolução.

Design Thinking e Customer Centricity - Design Centrado no Usuário

Conhecer as bases do design mindset e as competências do design como inerentes ao processo de inovação. Explorar as novas fronteiras entre a atividade de design e gestão, bem como sua abordagem interdisciplinar e criativa de entendimento e geração de soluções a situações problema. A disciplina busca mostrar que o entendimento dessas situações pode levar ao desenvolvimento de sistemas de produtos, serviços e novos negócios. Conceituação de Design Centrado no Usuário (UCD); Princípios de design centrado no usuário; Processos de Design Centrado no Usuário; Formas de envolvimento de usuários no processo de design (informativo, consultivo, participativo); Métodos e técnicas de design participativo, focada na aplicação em Gestão empresarial.

Estratégia para Transformação Digital, Relacionamento, Experiência e Sucesso do Cliente

A disciplina conceitua as estratégias da Transformação Digital nas organizações. Apresentar a utilização destas estratégias e modelos de referência. Conceituar os modelos de negócios digitais e suas particularidades. Identificar como utilizar a realidade aumentada para gerar valor e benefícios. Elaborar planos e caminhos (roadmap) para transformar a empresa tradicional em empresas digitais. Promover o entendimento da criação de plataformas e hubs digitais na organização. E economia digital é moldada pelas redes de clientes. Essa visão dos clientes interpreta que eles se conectam e interagem dinamicamente, por meios e modos que estão mudando suas relações entre si e com as empresas. Neste novo paradigma, clientes influenciam clientes e tem um papel importante na construção da reputação das empresas e das marcas. Tecnologias digitais

estão mudando a maneira como os clientes descobrem, avaliam, compra e até usam os produtos e serviços. No modelo industrial, a compra significava o fim do relacionamento entre empresa e cliente. No modelo digital a compra significa o início do relacionamento entre cliente e empresa. A construção de marcas fortes e o sucesso dos negócios da empresa depende diretamente de como esse relacionamento é gerido. O sucesso do cliente, ou Customer Success, compreendendo modelos de negócios e prestação de serviços, análise de dados e relacionamento pessoal. Nesta disciplina o aluno desenvolverá competências como: entender e aprofundar o relacionamento com clientes, entender e gerenciar objetivos de negócio, estabelecer o relacionamento entre soluções de tecnologia e negócios, executar análises de mercado e de dados e gerar oportunidades de negócio, criar e manter soluções de tecnologia e modelos de negócio com receita recorrente.

Pesquisa de Marketing, Sistemas de Informação de Marketing, Marketing Analytics e Inteligência d

Análise de dados e ciência de dados tornaram-se competências essenciais para os negócios que atuam em setores que sofreram ou estão sofrendo disrupção. Com isso, muitas organizações têm realizado significativos investimentos em ativos de dados, mas sem uma estratégia apropriada. Nesta disciplina serão discutidos conceitos para que auxiliem o aluno na definição de uma estratégia de dados e como colocá-la em prática na organização. Visão geral sobre sistemas de suporte à decisão e inteligência de negócio; entendimento sobre o processo de data mining e KDD e, em especial, sobre preparação de dados; estudo sobre as principais tarefas de mineração de dados e suas três etapas: exploração, definição de modelo e verificação; a mineração de dados e suas utilizações em estudos de casos reais

Comportamento do consumidor, digital, Experiência do Consumidor e do Usuário

Entender a comunicação integrada de marketing (CIM) e suas ferramentas.

Analisar a relação atual de mercado e a comunicação.

Entender os conceitos de propaganda, promoção de vendas, marketing direto, venda pessoal e relações públicas, de forma detalhada, crítica e ética.

O entendimento da relação entre os principais agentes da área de comunicação de marketing como anunciantes, agências e veículos.

Segmentação de Mercado, Posicionamento e Estratégia de Preços (pricing)

O objetivo é capacitar o participante a usar ferramentas de análises de dados de renda e consumo para melhor identificar segmentos de mercado e dimensionar a demanda em vários setores e classes sociais no Brasil. Técnicas de estabelecimento de preços em função da disponibilidade da renda do consumidor e as ações dos concorrentes para conquistá-lo. A abordagem concentra-se na tomada de decisões em ambientes onde o mercado é altamente competitivo e que exige uma atenção muito grande para se fixar preços dos produtos e serviços

Canais de Vendas e Trademarketing

Compreender a importância da atividade de vendas para a sociedade e sua integração com as demais áreas da empresa, observando as atitudes, valores, e competências e do gerente de vendas e da força de vendas.