

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO **EDUCACIONAL E EMPRESARIAL**

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO EDUCACIONAL E EMPRESARIAL

DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING
RESUMO Nesta disciplina iremos passear pelos conceitos de comunicação integrada e de outras áreas que a compõem para compreender seu papel, relevância e aplicação para os profissionais, marcas, organizações e mercados. Estudando seus fundamentos e benefícios, vamos poder nos posicionar, como profissionais, sobre essa disciplina e como ela atua no mercado.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 INTRODUÇÃO FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA AS GRANDES ÁREAS DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA BENEFÍCIOS DA COMUNICAÇÃO INTEGRADAS COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA
AULA 2 INTRODUÇÃO A TECNOLOGIA E AS MUDANÇAS NO PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA A COMUNICAÇÃO E AS ORGANIZAÇÕES IMAGEM, REPUTAÇÃO E COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE OS PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA
AULA 3 INTRODUÇÃO FERRAMENTAS TRADICIONAIS I FERRAMENTAS TRADICIONAIS II FERRAMENTAS COMPLEMENTARES FERRAMENTAS INOVADORAS
AULA 4 INTRODUÇÃO ANÁLISE DO PROBLEMA OU DA OPORTUNIDADE DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO SELEÇÃO DE PÚBLICO-ALVO DEFINIÇÃO DA MENSAGEM
AULA 5 INTRODUÇÃO DEFINIÇÃO DE ORÇAMENTO (PARTE 1) DEFINIÇÃO DE ORÇAMENTO (PARTE 2) DESENHO ESTRATÉGICO E IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO (PARTE 1) DESENHO ESTRATÉGICO E IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO (PARTE 2)

AULA 6

INTRODUÇÃO
ASPECTOS LEGAIS DA COMUNICAÇÃO
STORYTELLING, CONCEITOS E BENEFÍCIOS
STORYTELLING, APLICAÇÃO TÉCNICA
ESTUDO DE CASOS

BIBLIOGRAFIAS

- CORREA, R. de B. R. Comunicação integrada de Marketing. Saraiva, 2017.
- HALLAHAN, K. et al. Defining Strategic Communication. International Journal of Strategic Communication, v. 1, n. 1, p. 3-35, 2007.
- VASCONCELOS, L. R. Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. Summus Editorial, 2009.

DISCIPLINA:

ORIENTAÇÃO E SUPERVISÃO EDUCACIONAL

RESUMO

O objetivo dessa disciplina é promover uma reflexão sobre as questões históricas relativas à administração, para que, assim, possamos compreender a evolução desse conceito e sua aplicabilidade à educação, buscando contribuir para a ressignificação do papel do pedagogo frente à gestão educacional da escola, já que este deve ser o mediador da prática educativa escolar.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

HISTÓRIA E AS TEORIAS DA ADMINISTRAÇÃO
FASES DA EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ADMINISTRAÇÃO
TGA
ADMINISTRAÇÃO EMPRESARIAL X ADMINISTRAÇÃO ESCOLAR
TEORIAS ADMINISTRATIVAS E SUA RELAÇÃO COM A GESTÃO EDUCACIONAL
FINALIZANDO

AULA 2

A EMPRESA E A ESCOLA
A ORGANIZAÇÃO DA EMPRESA
A ORGANIZAÇÃO DA ESCOLA
ESCOLA: EDUCAÇÃO
ESCOLA VERSUS NOVAS GERAÇÕES
FINALIZANDO

AULA 3

CONCEITO DE GESTÃO
GESTÃO EDUCACIONAL
GESTÃO ESCOLAR
GESTÃO ESCOLAR VERSUS GESTÃO EMPRESARIAL
O TRABALHO NA ESCOLA
FINALIZANDO

AULA 4

A FUNÇÃO DA ESCOLA BÁSICA
CONCEPÇÕES DA GESTÃO ESCOLAR
GESTÃO ESCOLAR DEMOCRÁTICA
OS FUNDAMENTOS DA GESTÃO ESCOLAR DEMOCRÁTICA
GESTÃO DA QUALIDADE TOTAL
FINALIZANDO

AULA 5

PRÁXIS DA GESTÃO ESCOLAR
A UTOPIA NA PRÁXIS ESCOLAR
LIMITES NA PRÁXIS ESCOLAR
DESAFIOS NA PRÁXIS ESCOLAR
PAPEL DO GESTOR NO ESPAÇO ESCOLAR
FINALIZANDO

AULA 6

ÓRGÃOS COLEGIADOS
GESTÃO E OS ÓRGÃOS COLEGIADOS
CONSTRUÇÃO COLETIVA DO PROJETO POLÍTICO-PEDAGÓGICO (PPP)
GESTÃO E O PPP
GESTÃO E O PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM
FINALIZANDO

BIBLIOGRAFIAS

- BARTNIK, Helena L. de Souza. Gestão Educacional. Curitiba: Ibpex, 2011.
- CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a teoria geral da administração. 7ª ed. São Paulo: Campus, 2004.
- MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DISCIPLINA:

FINANÇAS CORPORATIVAS

RESUMO

Nesta disciplina vamos explorar temas que envolvem as finanças corporativas e o mercado de capitais. Primeiramente, abordamos os elementos das finanças corporativas (origem das finanças, abrangência e mercado de trabalho) e, na sequência, mostramos os mercados financeiros primários e secundários e as formas de negociação (como funciona cada um desses mercados). Por último, mostramos hipóteses, teorias e modelos que sustentam esse mercado (hipóteses de mercados eficientes – HME, teoria da agência, assimetria de informação e modelo de precificação de ativos – CAPM).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

ELEMENTOS DE FINANÇAS CORPORATIVAS
MERCADO FINANCEIRO: PRIMÁRIO E SECUNDÁRIO E FORMAS DE NEGOCIAÇÃO
HIPÓTESE DE MERCADOS EFICIENTES (HME)
TEORIA DA AGÊNCIA E ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO
MODELO DE PRECIFICAÇÃO DE ATIVOS (CAPM)
FINALIZANDO

AULA 2

DECISÕES DE INVESTIMENTOS E DIMENSIONAMENTO DOS FLUXOS DE CAIXA
CUSTO DE CAPITAL DE TERCEIROS
CUSTO DE CAPITAL PRÓPRIO
CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL (WEIGHTED AVERAGE COST OF CAPITAL – WACC)
FLUXOS DE CAIXAS INCREMENTAIS
FINALIZANDO

AULA 3

TIPOS DE POLÍTICAS DE DIVIDENDOS
RELEVÂNCIA E IRRELEVÂNCIA DOS DIVIDENDOS
LIQUIDEZ, SINALIZAÇÃO E OUTRAS CONSIDERAÇÕES NA POLÍTICA DE DIVIDENDOS
CONFLITO DE AGENTES E CAIXA DISPONÍVEL PARA DIVIDENDOS
PRÁTICA LEGAL DA DISTRIBUIÇÃO DE DIVIDENDOS, BONIFICAÇÕES, JUROS SEM CAPITAL PRÓPRIO (JSCP)
FINALIZANDO

AULA 4

- FONTES DE FINANCIAMENTOS A LONGO PRAZO: UTILIZAÇÃO DE CAPITAL PRÓPRIO
FONTES DE FINANCIAMENTO A LONGO PRAZO: UTILIZAÇÃO DE RECURSOS DE TERCEIROS
ESTRUTURA DE CAPITAL: CONCEITOS BÁSICOS
ESTRUTURA DE CAPITAL: AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO E DA ESTRUTURA DE CAPITAL
DIFICULDADES FINANCEIRAS, ENDIVIDAMENTO E AVALIAÇÃO
FINALIZANDO

AULA 5

MERCADO DE CAPITAIS
VALORES MOBILIÁRIOS
MERCADO DE CAPITAIS E AS EMPRESAS
A BOLSA DE VALORES NO BRASIL E NO MUNDO
NEGOCIAÇÕES COM AÇÕES NA BM&FBOVESPA
FINALIZANDO

AULA 6

ANÁLISE FUNDAMENTALISTA DE AÇÕES
ANÁLISE MACROECONÔMICA E SETORIAL
ANÁLISE DOS FUNDAMENTOS DA EMPRESA
A ANÁLISE TÉCNICA DE AÇÕES
ANÁLISE GRÁFICA E INDICADORES TÉCNICOS
FINALIZANDO

BIBLIOGRAFIAS

- ASSAF NETO, A. Finanças corporativas e valor. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

- GITMAN, L. J. Princípios de administração financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.
- SELEME, R. B. Diretrizes e práticas da gestão financeira e orientações tributárias. 1. ed. Curitiba: Ibplex, 2010.

DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL
RESUMO
<p>A disciplina apresentará a evolução dos conceitos, os princípios e objetivos da comunicação organizacional, sua importância, evolução e crescimento, o ato de comunicação, os elementos e níveis de linguagem. Também tratará sobre o processo nas organizações: níveis, barreiras, fluxos e redes (formal e informal), a comunicação organizacional e a administração atual.</p> <p>Falaremos ainda sobre a situação do mercado e os efeitos da globalização, as formas de comunicação nas organizações, gerencial e administrativa, o endomarketing e sua importância para a gestão nas organizações, sua relação com a organização da empresa e a administração das pessoas, seus canais e técnicas, comunicação institucional, imagem organizacional e a função da comunicação integrada.</p>
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
<p>AULA 1 CONCEITO FUNÇÕES E PROCESSOS POLÍTICAS ESTRATÉGIA FUNDAMENTOS TEÓRICOS</p> <p>AULA 2 COMUNICAÇÃO INTERNA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA COMUNICAÇÃO INTEGRADA</p> <p>AULA 3 CONEXÃO COM OS PÚBLICOS FUNCIONÁRIOS CLIENTES STAKEHOLDERS COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL MODERNA</p> <p>AULA 4 FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO INTERNA FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA LINGUAGENS</p> <p>AULA 5</p>

FLUXO DE COMUNICAÇÃO ASCENDENTE
FLUXO DE COMUNICAÇÃO DESCENDENTE
FLUXO DE COMUNICAÇÃO HORIZONTAL
FLUXO DE COMUNICAÇÃO CIRCULAR
FLUXO DE COMUNICAÇÃO TRANSVERSAL

AULA 6

QUEM É O PROFISSIONAL DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL?
A COMUNICAÇÃO NÃO VIOLENTA
ERA DIGITAL
PRINCIPAIS DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS

BIBLIOGRAFIAS

- CHIAVENATO, I. Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações. 3. ed. São Paulo: Manole, 2014.
- ENDEAVOR BRASIL. Comunicação organizacional: um por todos, todos pelos resultados. Endeavor Brasil, 8 jul. 2015. Disponível em: <https://endeavor.org.br/pessoas/comunicacao-organizacional/>. Acesso em; 30 jan. 2019.
- GOULART, F. Funções da comunicação organizacional. RH Portal, 2 set. 2015. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/funes-da-comunicaooorganizacional/>. Acesso em: 30 jan. 2019.

DISCIPLINA:

ADMINISTRAÇÃO DE INSTITUIÇÕES ESCOLARES

RESUMO

Nesta disciplina iremos contextualizar as teorias da administração e traçar um paralelo com o trabalho da gestão na escola. Você irá compreender que as teorias da administração estão muitas vezes ligadas a uma lógica empresarial, a qual nós professores, pedagogos e diretores não nos sentimos à vontade para experienciar em nossas práticas pedagógicas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO
TENDÊNCIAS PEDAGÓGICAS DE BASES GERENCIAIS NA HISTÓRIA DA EDUCAÇÃO BRASILEIRA
ORGANISMOS MULTILATERAIS E AS INFLUÊNCIAS SOBRE A POLÍTICA PÚBLICA EDUCACIONAL NO BRASIL
A LDB E A GESTÃO DEMOCRÁTICA
A GESTÃO EDUCACIONAL NA PERSPECTIVA DO TRABALHO COLETIVO

AULA 2

INTRODUÇÃO
O TRABALHO NA EDUCAÇÃO INFANTIL
O TRABALHO COM A ALFABETIZAÇÃO NOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL
O TRABALHO COM A EDUCAÇÃO ESPECIAL

O PEDAGOGO E O PROJETO POLÍTICO-PEDAGÓGICO COMO INSTRUMENTO DA GESTÃO DEMOCRÁTICA

AULA 3

INTRODUÇÃO

TRABALHO COM A DIVERSIDADE DE APRENDIZAGENS NA ESCOLA
PEDAGOGO E OS PROCESSOS DE FORMAÇÃO CONTINUADA NA ESCOLA
PEDAGOGO E AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM NA PERSPECTIVA FORMATIVA
ATENDIMENTO PEDAGÓGICO EM AMBIENTE HOSPITALAR E DOMICILIAR

AULA 4

INTRODUÇÃO

TRABALHO DO DIRIGENTE ESCOLAR E DO PEDAGOGO NA GESTÃO
DEMOCRÁTICA
CONSELHOS ESCOLARES E GESTÃO DEMOCRÁTICA DA ESCOLA PÚBLICA
GESTÃO FINANCEIRA DESCENTRALIZADA: NOVAS DEMANDAS PARA A ESCOLA
PÚBLICA
ASSOCIAÇÕES DE PAIS E GRÊMIOS ESTUDANTIS - INSTÂNCIAS DE GESTÃO
COLEGIADA

AULA 5

INTRODUÇÃO

O PLANO NACIONAL DA EDUCAÇÃO 2014/2024 COMO INSTRUMENTO DE
PLANEJAMENTO DA EDUCAÇÃO NACIONAL
DESAFIOS DA EDUCAÇÃO INFANTIL NO PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO
2014/2024
DESAFIOS DO ENSINO FUNDAMENTAL NO PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO
2014/2024
DESAFIOS DO ENSINO MÉDIO NO PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO 2014/2024

AULA 6

INTRODUÇÃO

PLANO NACIONAL DE EDUCAÇÃO E DESAFIOS DO MAGISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
BÁSICA
IMPORTÂNCIA DOS ESPAÇOS COLETIVOS NA ESCOLA PARA O TRABALHO
PEDAGÓGICO
IMPORTÂNCIA DO PLANO DE AÇÃO DO PEDAGOGO PARA O PROCESSO DO
ENSINO-APRENDIZAGEM
AVALIAÇÕES DOS SISTEMAS DE ENSINO E AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL COMO
INSTRUMENTOS DA GESTÃO DEMOCRÁTICA

BIBLIOGRAFIAS

- PARO, V. H. Gestão democrática da escola pública. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2016.
- SAVIANI, D. História das ideias pedagógicas no Brasil. 3. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2011.
- SHIROMA, E. O.; MORAES, M. C. M.; EVANGELISTA, O. Política educacional. 4. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2011.

DISCIPLINA: MARKETING DIGITAL E NOVAS MÍDIAS
RESUMO
Quando falamos de marketing digital, falamos de informações dos usuários na rede que são utilizadas por empresas. Dados são o recurso mais valioso para o mercado. É fácil encontrar todo tipo de informações online, mas o mais difícil é obter informações verdadeiras e úteis, e, esta disciplina, revelará como é importante poder contar com fontes de dados confiáveis e verificáveis.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 INTRODUÇÃO GOOGLE TRENDS PLANEJADOR DE PALAVRAS-CHAVE GOOGLE SEARCH CONSOLE FACEBOOK AUDIENCE INSIGHTS
AULA 2 INTRODUÇÃO GOOGLE ANALYTICS: CONFIGURAÇÃO E FILTROS GOOGLE ANALYTICS: CRIANDO METAS GOOGLE ANALYTICS: DIMENSÕES SECUNDÁRIAS E RELATÓRIOS PERSONALIZADOS DATA STUDIO
AULA 3 INTRODUÇÃO ESTRUTURAR UM MODELO DE CRM CUSTOMER DATA PLATFORM HTML APRENDER HTML
AULA 4 INTRODUÇÃO GESTÃO DE EQUIPES DE MARKETING FERRAMENTAS PARA ESTRATÉGIA DE MARKETING PIPEFY E GESTÃO DE PROCESSOS AIRTABLE E GESTÃO DE PROJETOS
AULA 5 INTRODUÇÃO SEO FATORES DE INFLUÊNCIA PARA O SEO CRIANDO TEXTO COM SEO BLACK HAT E PRÁTICAS ABUSIVAS
AULA 6

INTRODUÇÃO
CORE WEB VITALS
TAG MANAGER
GOOGLE OPTIMIZE
REVISÃO DE TERMOS COMUNS

BIBLIOGRAFIAS

- EUROPEAN SPACE AGENCY. Disponível em: https://www.esa.int/ESA_Multimedia/Videos/2020/09/ESA_Masterclass_Paolo_Ferri_on_communication_and_teamwork. Acesso em: 22 jun. 2021.
- FACEBOOK AUDIENCE INSIGHT. Disponível em: <https://business.facebook.com/>. Acesso em 22 jun. 2021.
- GOOGLE ADS. Disponível em: <https://ads.google.com/>. Acesso em: 22 jun. 2021.

DISCIPLINA:

COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA

RESUMO

A comunicação é uma condição essencial para nossa vida. Sem ela não há cooperação, motivação, gestão ou qualquer outra coisa que exija o mínimo de organização para ser feito. Qualquer relação e/ou interação humana. é composta por uma rede de comunicação. Se a comunicação falha, uma parte da interação humana falha também. Diante disso, a disciplina Comunicação, Liderança e Relações Interpessoais, pretende transformar o acadêmico em um comunicador embasado e pronto para expor, de forma clara, os seus ideais. A boa comunicação vai muito além de falar bonito, com voz bem empostada e com uma dicção perfeita. Envolve o domínio de diversas técnicas e compreensão de inúmeros fatores que fazem parte da comunicação pessoal, que serão trabalhados ao longo dos materiais propostos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

VÍDEO 1
VÍDEO 2
VÍDEO 3
VÍDEO 4

AULA 2

VÍDEO 1
VÍDEO 2
VÍDEO 3
VÍDEO 4

AULA 3

VÍDEO 1
VÍDEO 2
VÍDEO 3
VÍDEO 4

AULA 4

VÍDEO 1
VÍDEO 2

VÍDEO 3
VÍDEO 4

AULA 5

VÍDEO 1
VÍDEO 2
VÍDEO 3
VÍDEO 4

AULA 6

VÍDEO 1
VÍDEO 2
VÍDEO 3
VÍDEO 4

BIBLIOGRAFIAS

- AVOLIO, B. J.; MHATRE, K. H. Advances in theory and research on authentic leadership. In: CAMERON, K. S.; G. Spreitzer (Eds.). The Oxford handbook of positive organizational scholarship (p. 773-783). Oxford: Oxford University Press. 2012.
- PINA E CUNHA, et al. Manual do Comportamento Organizacional e Gestão. 8. ed. Lisboa: RH Editora, 2016.
- REGO, A. Comunicação pessoal e organizacional: teoria e prática. 3. ed. Lisboa: Sílabo, 2013.

DISCIPLINA:

ANÁLISE, DOCUMENTAÇÃO E CONDUÇÃO DO PROCESSO DE AUDITORIA

RESUMO

Para iniciarmos nossa disciplina, devemos retornar ao passado e entender um pouco sobre a história da auditoria e a sua evolução ao longo do tempo. Conforme Maffei (2015), a palavra auditoria é originada do latim audire, que significa “ouvir” – o que se relaciona diretamente com a essência dessa atividade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO
CONTROLES INTERNOS
POSICIONAMENTO DA AUDITORIA INTERNA
ABRANGÊNCIA DE ATUAÇÃO DA AUDITORIA INTERNA
NORMAS DE AUDITORIA INTERNA

AULA 2

INTRODUÇÃO
CÓDIGO DE ÉTICA PARA O EXERCÍCIO DA FUNÇÃO
REQUISITOS E ATRIBUIÇÕES DO AUDITOR INTERNO
QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DO AUDITOR INTERNO
CAPACITAÇÃO CONTINUADA DO AUDITOR INTERNO

AULA 3

INTRODUÇÃO
PROCEDIMENTOS E TÉCNICAS DE AUDITORIA INTERNA
RISCOS DE AUDITORIA INTERNA
AMOSTRAGEM
EVIDÊNCIAS E TESTES EM AUDITORIA INTERNA

AULA 4

INTRODUÇÃO
EXECUÇÃO DO TRABALHO DE AUDITORIA INTERNA
COMUNICAÇÃO DOS RESULTADOS DA AUDITORIA
ACOMPANHAMENTO DAS PROVIDÊNCIAS TOMADAS
DOCUMENTAÇÃO DA AUDITORIA: PAPÉIS DE TRABALHO

AULA 5

INTRODUÇÃO
ESTRUTURAÇÃO E ORGANIZAÇÃO E DA ÁREA DE AUDITORIA
AUTOMAÇÃO DOS PROCESSOS DE AUDITORIA INTERNA
GESTÃO DA AUDITORIA INTERNA
PLANEJAMENTO GLOBAL DA AUDITORIA INTERNA

AULA 6

INTRODUÇÃO
GERENCIAMENTO DE RISCOS CORPORATIVOS (GRC)
O PAPEL DA AUDITORIA BASEADA EM RISCOS - ABR
AUDITORIA INTERNA E GOVERNANÇA CORPORATIVA
AUDITORIA INTERNA E O COMITÊ DE AUDITORIA

BIBLIOGRAFIAS

- ATTIE, W. Auditoria: conceitos e aplicações. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- COSTA, R. S. Curso de Auditoria Interna. Rio de Janeiro: CRCRJ, 2015.
- MAGNABOSCO, N. Auditoria prática: normas de auditoria interna e externa analisadas e comentadas. Curitiba: Íthala, 2018.

DISCIPLINA:

REGULAMENTAÇÃO E POLÍTICAS EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

RESUMO

Na sociedade contemporânea, podemos observar um acelerado desenvolvimento tecnológico. Nesse contexto, precisamos compreender os Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo e Aprendizagem (SGCA) on-line, mais conhecidos como AVA, com um mínimo de conhecimento que permita uma atuação livre de medos e crenças, voltada para aprendizagem aberta. É uma bagagem que deve ser levada em todas as viagens efetuadas pelos agentes educacionais, pelos complexos meandros do ensino e aprendizagem em ambientes virtuais ou nos ambientes tradicionais enriquecidos com a tecnologia.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO
REPENSANDO A FORMA DE OFERTA DE CONTEÚDO

AMBIENTES VIRTUAIS E A FILOSOFIA DO USO DA TECNOLOGIA EM EDUCAÇÃO
CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTO APOIADO NA INTERNET
CIBERPEDAGOGIA OU PEDAGOGIA DIGITAL

AULA 2

INTRODUÇÃO

ESCOLAS VIRTUAIS E PORTAIS EDUCACIONAIS

EM BUSCA DE UM LOCAL PARA ARMAZENAMENTO DE DADOS (CMS)

AMPLIANDO O CONCEITO PARA ARMAZENAMENTO DE ATIVIDADES (LCMS)

A FUNÇÃO DOS PROJETOS EDUCACIONAIS E INSTITUCIONAIS DE CURSO E O AVAS

AULA 3

INTRODUÇÃO

A COMUNICAÇÃO MULTIDIRECIONAL NOS AVAS

O QUE DEVE CONTER UM AVA

COMO UM AVA DEVE SER UTILIZADO

A FUNÇÃO DOS PROJETOS EDUCACIONAIS E INSTITUCIONAIS DE CURSO E OS AVAS

AULA 4

INTRODUÇÃO

A ÁREA ADMINISTRATIVA E OS AVAS

OS PROFESSORES E OS AVAS

OS ALUNOS E OS AVAS

A VISÃO SOCIAL DOS AVAS

AULA 5

INTRODUÇÃO

UTILIZAÇÃO DE ROTAS DE APRENDIZAGEM

O ACOMPANHAMENTO DO ALUNO (COACHING EDUCACIONAL)

EVASÃO E RETENÇÃO DO ALUNO

MOTIVAÇÃO DO ALUNO

AULA 6

INTRODUÇÃO

O FUTURO DOS LCMSS

COLABORAÇÃO E COOPERAÇÃO NO AVA

COMUNIDADES DE PRÁTICAS VIRTUAIS

EDUCAÇÃO GLOBAL ON-LINE: O USO DE MOOCS E A EDUCAÇÃO ABERTA

BIBLIOGRAFIAS

- MATTAR, J. Metodologias ativas para a educação presencial blended e a distância. São Paulo: Artesanato Educacional, 2017.
- MOREIRA, M. A. O que é afinal a aprendizagem significativa? Currículo, La Laguna, 2012. Disponível em: <http://moreira.if.ufrgs.br/oqueeafinal.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2018.
- MUNHOZ, A. S. O estudo em ambientes virtuais de aprendizagem: um guia prático. Curitiba: InterSaberes, 2013.

DISCIPLINA: CRM - MARKETING DE RELACIONAMENTO
RESUMO
Nesta disciplina veremos que o marketing de relacionamento pode ser entendido como um conjunto de estratégias adotadas pelas empresas para incentivar, influenciar, conquistar e reter consumidores. Desenvolvido inicialmente pelo professor Evert Gummesson (2005), o conceito de marketing de relacionamento é entendido como a tarefa de criar forte lealdade dos consumidores a uma determinada marca. De acordo com Gummesson (2005, p. 23), o marketing de relacionamento é o marketing baseado em interações, em uma rede de relacionamento.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
AULA 1 INTRODUÇÃO OS PILARES DO MARKETING DE RELACIONAMENTO OS COMPONENTES DO MARKETING DE RELACIONAMENTO O MARKETING DE RELACIONAMENTO NA PRÁTICA FERRAMENTA PARA CRM
AULA 2 INTRODUÇÃO DESENVOLVENDO A CONEXÃO COM OS CLIENTES DEFININDO O PÚBLICO-ALVO O CICLO DO RELACIONAMENTO ENTRE EMPRESA E CLIENTE O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO MARKETING DE RELACIONAMENTO
AULA 3 INTRODUÇÃO FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES RETER: MAIS VANTAJOSO QUE CONQUISTAR SATISFAÇA, EXPERIMENTE, ENGAJE: O FATOR UAU! O JEITO DISNEY DE SE RELACIONAR COM O CLIENTE
AULA 4 INTRODUÇÃO O CLIENTE ON-LINE O MARKETING DE RELACIONAMENTO ON-LINE CICLO DE ENVOLVIMENTO DO CLIENTE RELACIONAMENTOS VIRTUAIS
AULA 5 INTRODUÇÃO AS REDES SOCIAIS DIGITAIS NO MARKETING DE RELACIONAMENTO ONLINE CUSTOMER SUCCESS (CS): GERENCIANDO O SUCESSO DO CLIENTE CRM SOCIAL (SOCIAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) AUTOMATIZE A INTERAÇÃO COM OS CLIENTES COM CHATBOT

<p>AULA 6 INTRODUÇÃO MARKETING NA ERA DOS DADOS: ENTENDENDO O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PERFIS IDEAIS DE CLIENTES: BUYER PERSONA SOCIAL LISTENING INFLUÊNCIA DIGITAL</p>
BIBLIOGRAFIAS
<ul style="list-style-type: none"> • BORBA, V. R. Marketing de relacionamento para organizações de saúde. São Paulo: Atlas, 2004. • CASES de sucesso SMark CRM: 3 empresas que conseguiram ótimos resultados. SMark CRM, 20 dez. 2019. Disponível em: https://www.smark.com.br/blog/cases-de-sucesso-em-crm/. Acesso em: 27 set. 2021. • COBRA, M. Administração de marketing no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DISCIPLINA: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
RESUMO
<p>Nos últimos anos, com o avanço da capacidade de processamento dos computadores, a Inteligência Artificial (IA) tem sido utilizada em diversos campos. O principal objetivo da IA é dotar de inteligência as máquinas. No entanto, será que as máquinas são capazes de serem inteligentes? A espécie humana está constantemente buscando identificar qualidades que a distinguem de outras espécies animais, tentando provar que certas qualidades nos tornam "humanos". A inteligência é uma delas. René Descartes afirmou a diferença fundamental entre humanos e animais em suas famosas palavras: Je pense donc je suis (Penso, logo existo). Segundo Descartes, estar ciente do processo de pensamento é o impulsionador do processo de evolução da espécie humana. Ele acreditava que os humanos podiam verificar sua existência através de seus processos de pensamento moldados pela experiência, enquanto os animais simplesmente seguem programas prefixados. Este conceito geralmente é rotulado como tábula rasa (folha em branco) e remonta a Aristóteles, a escola estoica, na Grécia antiga (Polansky, 2007).</p>
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
<p>AULA 1 CONCEITO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL CONTEXTO HISTÓRICO E EVOLUÇÃO DA IA ÁREAS DE PESQUISA E APLICAÇÕES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL RESOLUÇÃO CLÁSSICA DE PROBLEMAS COM IA - FORMULAÇÃO DE PROBLEMAS RESOLUÇÃO CLÁSSICA DE PROBLEMAS COM IA - MÉTODOS DE BUSCA PARA SOLUÇÃO DE PROBLEMAS FINALIZANDO</p> <p>AULA 2 O QUE OS DADOS DIZEM SOBRE SUA EMPRESA/NEGÓCIO APRENDIZAGEM DAS MÁQUINAS SOBRE OS DADOS APRENDIZAGEM DE MÁQUINA PROFUNDA (DEEP LEARNING) QUANDO E ONDE A APRENDIZAGEM DE MÁQUINA PODE SER APLICADA NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL</p>

CASE IBM WATSON
FINALIZANDO

AULA 3

A SOCIEDADE E OS TRABALHADORES DO CONHECIMENTO
O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO COM BASE EM DADOS
A REPRESENTAÇÃO DO CONHECIMENTO NA IA
SISTEMAS BASEADOS EM CONHECIMENTO E SISTEMAS ESPECIALISTAS
APLICAÇÕES DE SISTEMAS BASEADOS EM CONHECIMENTO NO MEIO
ORGANIZACIONAL
FINALIZANDO

AULA 4

A COGNIÇÃO HUMANA REPRESENTADA PELA IA
REDES NEURAIS ARTIFICIAIS (RNAs)
DESAFIOS DAS REDES NEURAIS PROFUNDAS
COMPUTAÇÃO COGNITIVA
A COMPUTAÇÃO COGNITIVA NAS ORGANIZAÇÕES
FINALIZANDO

AULA 5

CAPTURE DE VALOR E MUDANÇAS NOS PROCESSOS INDUSTRIAIS E
CORPORATIVOS COM BASE NA IA
COMO DESENVOLVER A ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO ADEQUADA PARA IA
COMO AS ORGANIZAÇÕES NO BRASIL ESTÃO INVESTINDO EM IA
ADOÇÃO DA IA PELAS ORGANIZAÇÕES: CENÁRIO INTERNACIONAL
STARTUPS QUE TÊM NA IA SEU PRINCIPAL PRODUTO (BEM/SERVIÇO)
FINALIZANDO

AULA 6

HABILIDADE DOS PROFISSIONAIS PARA TRABALHAREM COM IA
IA APLICADA PARA APOIAR A TOMADA DE DECISÃO
VANTAGEM COMPETITIVA POR MEIO DA IA
OPORTUNIDADES QUE A IA OFERECE PARA AMBIENTES DE NEGÓCIOS
DESAFIOS QUE A IA ENFRENTA NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS
FINALIZANDO

BIBLIOGRAFIAS

- ANAND, S. Artificial Intelligence – Literature Review. Disponível em: <https://cis-india.org/internet-governance/files/artificial-intelligence-literaturereview>. Acesso em: 17 dez. 2019.
- BITTENCOURT, G: Inteligência Artificial: ferramentas e teorias. 2. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2001.
- FAUVEL, S.; YU, H. A Survey on Artificial Intelligence and Data Mining for MOOCs. Working Paper, 2016.

DISCIPLINA:

GESTÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO

RESUMO

Ao nos remetermos ao ambiente escolar, um dos profissionais que tomam a frente de inúmeras situações ocorridas no dia a dia educacional é, sem dúvida, o pedagogo. Com certeza você lembra desse profissional atuando em alguma escola em que estudou, assim como dos afazeres que ele exercia diariamente, porém, não imagina a grandeza e importância de suas ações para toda a comunidade escolar.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

ELEMENTOS DEFINIDORES DA ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO
A FUNÇÃO SOCIAL DA ESCOLA E A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO
NA PRÁTICA
FINALIZANDO

AULA 2

A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO E A GESTÃO DEMOCRÁTICA
DESAFIOS PARA A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO COM BASE NO
PRINCÍPIO DA GESTÃO DEMOCRÁTICA
NA PRÁTICA
FINALIZANDO

AULA 3

MECANISMOS DE AÇÃO COLETIVA NA ESCOLA
CONHECENDO OS MECANISMOS DE AÇÃO COLETIVA NA ESCOLA
FINALIZANDO

AULA 4

PRINCÍPIOS ORIENTADORES DA ORGANIZAÇÃO DA REUNIÃO PEDAGÓGICA
CUIDADOS NA ORGANIZAÇÃO DAS REUNIÕES PEDAGÓGICAS
FINALIZANDO

AULA 5

O QUE É O CONSELHO DE CLASSE?
DESAFIOS NA ORGANIZAÇÃO DO CONSELHO DE CLASSE
FINALIZANDO

AULA 6

ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO
DESAFIO DO PEDAGOGO EM RELAÇÃO À ORGANIZAÇÃO CURRICULAR DA
ESCOLA
FINALIZANDO

BIBLIOGRAFIAS

- SAVIANI, D. Pedagogia Histórico-Crítica. Campinas: Autores Associados, 2003.
www.inep.gov.br