

Empreendedorismo (40 Horas Aulas)

EMENTA: Oferece aos alunos instrumentos para identificação de oportunidades de novos negócios, bem como apresenta os recursos e etapas necessárias para desenvolver a sua capacidade empreendedora a partir dos conhecimentos e ferramentas específicas a fim de estimular novos empreendimentos e/ou o intraempreendedorismo num contexto regional e global. Dissemina as boas práticas, gerando inovação pelo domínio de tecnologias/soluções colaborativas de problemas e acesso adquiridas através da aquisição de competências e habilidades construídas por meio dos cursos específicos de inovação tecnológica.

1. Empreendedorismo

Conceito de empreendedorismo
Síndrome do empregado
Os mandamentos do empreendedor de sucesso
E o que não é empreendedorismo?
Traçando o perfil e habilidades de um empreendedor
Níveis de relação do empreendedor o Empreendedor de sucesso

2. Intraempreendedorismo

O que é intraempreendedorismo

3. Ação - palavra-chave

Como alcançar objetivos
Vencendo os medos
Aprendendo a administrar o tempo
Ações do empreendedor

4. Desenvolvendo o seu próprio negócio

Empresa nascente X Grande empresa
Crescimento da empresa nascente
Projetando a estrutura da empresa

5. Departamentalização de empresas

Departamento administrativo – Departamento financeiro
Departamento RH – compras – vendas e marketing

6. Planejando o novo negócio

Planejamento o Plano de negócios
Estrutura legal o Localização
Manutenção de registros
Seguro o Segurança o Planejamento estratégico do negócio o Metas
Objetivos o Formulação da estratégia
Implementação do plano de negócios

Analista de Mídias Sociais (160 Horas Aulas)

Ementa: Compreende a comunicação social nas mídias sociais, suas diversas técnicas e canais. Cria planos de ações para empresas. Conhece o marketing digital e as principais mídias sociais. Atuação dos canais digitais nas empresas, o conceito e técnicas básicas de fotografia, análise de dados gerados a partir de uma campanha on-line, além de marketing pessoal e comportamento ético na internet. Aprende a desenvolver e gerenciar projetos voltados para os canais digitais, interfaces gráficas tkinter, utilizando seus principais componentes. Implanta seu próprio programa de computador.

1. COMUNICAÇÃO SOCIAL

- O que é a comunicação?
- Formas de comunicação
- A comunicação no século XXI
- O perfil do internauta

2. A COMUNICAÇÃO E O MARKETING

- O que é marketing
- Etapas do marketing
- Marketing no universo digital
- A que se aplica no marketing

3. MÍDIAS SOCIAIS NA PRÁTICA

- A definição de mídias sociais
- A comunicação e as mídias sociais
- O analista de mídias sociais
- A gestão de crise nas mídias sociais

4. O CENÁRIO ATUAL DAS MÍDIAS SOCIAIS

- As principais mídias sociais
- Marketing no Facebook
- Marketing no Twitter
- Benchmarking

5. COMO PRODUZIR UM BOM CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS

- Dicas para comunicação eficiente
- Características da notícia on-line
- Cuidados para a comunicação on-line
- Habilidades para se comunicar bem

6. AS MÍDIAS SOCIAIS NAS ORGANIZAÇÕES

- A introdução do marketing digital nas organizações
- A construção coletiva
- O uso interno
- Estratégia para comunicação organização

7. FOTOGRAFIA

- Funcionamento da câmera
- Regras básicas
- A importância da fotografia para o analista de mídias sociais
- O que a imagem diz sobre sua empresa?

8. ANÁLISE DE DADOS

A importância da análise de dados

Principais ferramentas

Facebook Analytics

Dicas para fazer um relatório

9. MARKETING PESSOAL E O COMPORTAMENTO NA WEB

Conceito de marketing pessoal

Manual do marketing pessoal

Conceito de comportamento na web

Manual do comportamento na web