



TENDÊNCIAS DO MERCADO FINANCEIRO

INFORMAÇÕES GERAIS

APRESENTAÇÃO

O curso "Tendências do Mercado Financeiro" é projetado para fornecer uma visão abrangente e atualizada sobre o comportamento econômico global, análise de mercado e o funcionamento do sistema financeiro e de capitais. O objetivo é equipar os participantes com o conhecimento necessário para entender e atuar efetivamente em um mercado financeiro dinâmico e complexo, aplicando metodologias de análise e pesquisa para tomar decisões informadas.

OBJETIVO

O curso visa capacitar os participantes a compreender as teorias econômicas e suas aplicações práticas no mercado global, realizar análises detalhadas de mercado e aplicar estratégias financeiras. Ao final do curso, os alunos estarão aptos a interpretar dados econômicos, analisar tendências de mercado e gerenciar riscos financeiros, contribuindo para uma tomada de decisão mais estratégica e eficaz no ambiente financeiro.

METODOLOGIA

Concebe o curso **TENDÊNCIAS DO MERCADO FINANCEIRO**, numa perspectiva de Educação a Distância – EAD, visando contribuir para a qualificação de profissionais de educação que atuam ou pretendem atuar na área.

Código	Disciplina	Carga Horária
5016	Análise e Pesquisa de Mercado	60

APRESENTAÇÃO

Objetivos da pesquisa de mercado. Tipos, características e usos da pesquisa de mercado. O processo da pesquisa. Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. Estatística aplicada à pesquisa de mercado. Pesquisa de mercado e estratégias de comunicação.

OBJETIVO GERAL

Este conteúdo visa preparar o profissional de marketing e ciências afins para diagnosticar o comportamento do consumidor sobre produtos e serviços, empregando metodologias de pesquisa de mercado.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Interpretar a estrutura de mercado e os procedimentos de pesquisa.
- Interpretar como se configura as demandas do consumidor e como interferem na oferta.
- Comparar o posicionamento da oferta e entender cada estágio do ciclo de vida do produto.
- Avaliar como se configura os componentes dos sistemas de marketing.
- Conhecer o mix de marketing e como estes elementos colaboram com o planejamento empresarial e na definição de estratégias de mercado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – ESTUDO E PREPARAÇÃO DE PESQUISAS DE MERCADO

COLETA E PREPARAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE PESQUISA

TIPOS DE PESQUISA

PLANEJAMENTO E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

UNIDADE II – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

INTRODUÇÃO E DESCRIÇÃO GERAL DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

DEMANDAS DO CONSUMIDOR

ANÁLISE E PROJEÇÃO DAS DEMANDAS

INFLUÊNCIAS AMBIENTAIS

UNIDADE III – ANÁLISE DE MERCADO

MERCADO CONSUMIDOR E ORGANIZACIONAL

COMPORTAMENTO DE COMPRA ORGANIZACIONAL

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

POSICIONAMENTO DA OFERTA E O CICLO DE VIDA DO PRODUTO

UNIDADE IV – MODELOS, SISTEMAS E MIX DE MARKETING

TEORIA E MODELOS DE MARKETING

SISTEMAS DE MARKETING

MIX DE MARKETING

PARTICIPAÇÕES DE MERCADO

REFERÊNCIA BÁSICA

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COSTA, F. J. **Mensuração e desenvolvimento de escalas**: aplicações em Administração. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

ENGEL, J. F. BLACKWELL, R. D., MINIARD, P W. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro. Livros técnicos e científicos Editora S.A. 8 ed. 2000.

KAUFFMAN, R. **Influences on organizational buying choice processes**: future research directions. Journal of Business & Industrial Marketing. v. 11, pp. 94-107, 1996.

?KOTLER, P.; PFOERTSCH, W. **B2B Brand Management**. Berlin, Germany: Springer, 2006.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LINDSTROM, M. **A lógica do consumo**: verdades e mentiras sobre porque compramos. Trad. Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

PERIÓDICOS

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MCDANIEL C, GATES, R. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: 1 ed. Cengage Learning, 2008.

OLIVEIRA, S. L. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 2001.

5133	Economia e Mercado Global	60
------	---------------------------	----

APRESENTAÇÃO

Comportamento econômico. Estudos econômicos em micro e macroeconomia. Funcionamento do sistema econômico. Competitividade empresarial. Comportamento do produtor e do consumidor. Interação da oferta e da demanda nos mercados. Componentes do PIB e contas nacionais. Políticas macroeconômicas fiscais e monetárias. Setor real e fluxo monetário da economia internacional.

OBJETIVO GERAL

Desmistificar a economia. Esta é a missão deste conteúdo, que visa relacionar as teorias e fundamentos econômicos com o que ocorre, na prática, no mercado global. Este conteúdo é indicado para estudantes e profissionais da área de economia, administração, direito e demais ciências afins.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Interpretar o comportamento econômico dos seres humanos, conforme nossas atividades e decisões cotidianas.
- Explicar a competitividade empresarial.
- Interpretar a relação entre micro e macroeconomia, bem como o nível de preços e do emprego na economia.
- Explicar o setor real e o fluxo monetário da economia internacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – COMPORTAMENTO E FUNCIONAMENTO DA ECONOMIA

COMPORTAMENTO ECONÔMICO DOS SERES HUMANOS
ESTUDOS ECONÔMICOS EM MICRO E MACROECONOMIA
ESCOLHAS PRODUTIVAS DE BENS E SERVIÇOS
FUNCIONAMENTO DO SISTEMA ECONÔMICO

UNIDADE II – COMPETITIVIDADE, OFERTA E DEMANDA DO MERCADO

COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

COMPORTAMENTO DO PRODUTOR

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

INTERAÇÃO DA OFERTA E DA DEMANDA NOS MERCADOS

UNIDADE III – MICRO E MACROECONOMIA

RELAÇÃO ENTRE MICRO E MACROECONOMIA

ÓTICAS DE CÁLCULO DO PIB

COMPONENTES DO PIB E CONTAS NACIONAIS

POLÍTICAS MACROECONÔMICAS FISCAIS E MONETÁRIAS

UNIDADE IV – ECONOMIA GLOBAL E AS INTERAÇÕES ENTRE OS MERCADOS

SETOR REAL E FLUXO MONETÁRIO DA ECONOMIA INTERNACIONAL

VARIAÇÕES DA TAXA DE CÂMBIO E REGIMES CAMBIAIS

INTERNACIONALIZAÇÃO DO COMÉRCIO E O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO

POLÍTICAS E ORGANISMOS INTERNACIONAIS

REFERÊNCIA BÁSICA

DAVENPORT, T. H.; HARRIS, J. G. **Competição Analítica: Vencendo através da Nova Ciência**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2007.

DORNBUSCH, R.; FISCHER, S. **Macroeconomia**. 11. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

FROYEN, R. **Macroeconomia: teorias e aplicações**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

KRUGMAN, P. et al. **Economia internacional**. São Paulo: Makron Books, 1999.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. 7. ed. São Paulo: Makron Books, 2009.

PERIÓDICOS

PINHO, D. B.; VASCONCELLLOS, M. A. S. (Org.). **Manual de economia**. (Equipe dos Professores da USP). 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

ROSSETTI, J. P. **Introdução a Economia**. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

5014	Mercado Financeiro e de Capitais	60
------	----------------------------------	----

APRESENTAÇÃO

Fundamentos do mercado financeiro. Moeda. Determinação da taxa de juros e do produto de equilíbrio. Balanço de pagamentos, política e mercado cambial. Configuração do sistema financeiro. Principais indicadores e títulos do SFN. Banco Comercial. Risco na atividade bancária. Mercados de ações, opções e futuros. Projeção de preço e risco (volatilidade) de ativos. Precificação e estratégias com opções de compra e venda. Estratégias com futuros. Comércio Exterior e Relações Internacionais.

OBJETIVO GERAL

Este conteúdo visa preparar o estudante ou profissional da área financeira, contábil ou econômica, para lidar com as peculiaridades e desafios impostos pelo mercado financeiro e de capitais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Definir os principais conceitos de economia e os impactos deles no dia a dia das empresas.
- Classificar os conceitos do sistema financeiro nacional, bem como seu impacto no sistema econômico.
- Diagnosticar os riscos no sistema bancário.
- Entender como funciona o modelo Mundell-Fleming na macroeconomia para determinar taxas de juros e do produto de equilíbrio.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DE ECONOMIA E FINANÇAS

NOÇÕES DE ECONOMIA

POLÍTICAS ECONÔMICAS

NOÇÕES DE FINANÇAS

RISCOS FINANCEIROS E O AMBIENTE ECONÔMICO

UNIDADE II – SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL E A POLÍTICA MONETÁRIA

INTRODUÇÃO AO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

O SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

POLÍTICA MONETÁRIA

MERCADO CAMBIAL

UNIDADE III – SISTEMA BANCÁRIO E O MERCADO DE CAPITAIS

RISCO NA ATIVIDADE BANCÁRIA

ANÁLISE DE CRÉDITO E SUA FUNÇÃO

MERCADO DE CAPITAIS

PROJEÇÃO DE PREÇO E DE RISCO

UNIDADE IV – TRANSAÇÕES DE COMPRA E VENDA E O COMÉRCIO EXTERIOR

DETERMINAÇÃO DA TAXA DE JUROS E DO PRODUTO DE EQUILÍBRIO

ESTRATÉGIAS COM OPÇÕES DE COMPRA E VENDA E ESTRATÉGIAS COM FUTUROS

COMÉRCIO EXTERIOR E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

BALANÇO DE PAGAMENTOS

REFERÊNCIA BÁSICA

ASSAF NETO, A. **Matemática financeira e suas aplicações**. 12.ed. São Paulo: Atlas 2012.

ASSAF NETO, A. **Mercado Financeiro**. 12 ed. São Paulo: Atlas 2014.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

BLANCHARD. O. **Macroeconomia**. 5.ed. São Paulo: Person. 2011.

PERIÓDICOS

CAVALCANTI, F.; MISUMI, J. Y.; RUDGE, L. F. **Mercado de capitais: o que é, como funciona**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DAMAS, R. D. **Crises Econômicas Internacionais**. 1. Ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

FARO, R. FARO, F. **Curso de Comércio Exterior: visão e experiência brasileira**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Avaliação será processual, onde o aluno obterá aprovação, através de exercícios propostos e, atividades programadas, para posterior. O aproveitamento das atividades realizadas deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis) pontos, ou seja, 60% de aproveitamento.

SUA PROFISSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

O curso é destinado a:

- Estudantes de Economia e Administração: Que buscam aprofundar seus conhecimentos em economia global e análise de mercado.
- Profissionais de Finanças e Contabilidade: Que desejam aprimorar suas habilidades em análise financeira e gestão de riscos.
- Consultores e Analistas de Mercado: Que precisam entender as tendências e fundamentos do mercado financeiro para fornecer recomendações informadas.
- Gestores e Tomadores de Decisão: Que necessitam de uma compreensão abrangente das dinâmicas econômicas e financeiras para formular estratégias de negócios eficazes.