

# PROGRAMA - MBA em Responsabilidade Social e Sustentabilidade

## **15) Grade Curricular (mandar em anexo):**

### MÓDULO 1 – ENVOLVIMENTO OU DESENVOLVIMENTO (50 Horas)

- 1.1 - Atuando nos Mercados Econômicos (8hs)
- 1.2 - Do Conceito à Prática: Caminho ou Destino (8hs)
- 1.3 - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS – ONU) (8hs)
- 1.4 - Novas Economias e seus objetivos (12hs)
- 1.5 - Sociedade e Negócio: da produção responsável ao consumo consciente (8hs)
- 1.6 - INTERSABERES: pensando com quem pensa e fazendo com quem faz (4hs)

### MÓDULO 2 – POLÍTICAS E PROGRAMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E CORPORATIVA (58 Horas)

- 2.1 - O DNA e o RNA Social da Empresa (16hs)
- 2.2 - Políticas e Diretrizes de Responsabilidade Social (12hs)
- 2.3 - O Discurso e a Prática Social (4hs)
- 2.4 - Valor Social Agregado (4hs)
- 2.5 - Governança e Compliance: investimento ou gasto (16hs)
- 2.6 - INTERSABERES: pensando com quem pensa e fazendo com quem faz (4hs)

### MÓDULO 3 – DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS PARA PROGRAMAS E PROJETOS SOCIAIS (66 Horas)

- 3.1 - Políticas e Técnicas de Captação de Recursos (16hs)
- 3.2 - Renúncia e Incentivo Fiscal: a União, o Estado e o Município (12hs)
- 3.3 - Condicionantes Socioeconômicas (16hs)
- 3.4 - Estratégias Inovadoras de Captação de Recursos (8hs)
- 3.5 - Passo a passo de um Programa de Captação de Recursos (8hs)
- 3.6 - INTERSABERES: pensando com quem pensa e fazendo com quem faz (4hs)

### MÓDULO 4 – GESTÃO DE PROGRAMAS E PROJETOS SOCIAIS (70 Horas)

- 4.1 - Planejamento Estratégico de um programa de RSC (16hs)
- 4.2 - Plano Operacional das Atividades Programáticas (16hs)
- 4.3 - Monitoria e Avaliação de Programas e Projetos Sociais (12hs)
- 4.4 - Programas Obrigatórios e Voluntários de RSC (8hs)
- 4.5 - Como montar e gerenciar uma carteira de Investimento Social Privado (12hs)
- 4.6 - INTERSABERES: pensando com quem pensa e fazendo com quem faz (4hs)

### MÓDULO 5 – COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO HUMANO SUSTENTÁVEL (58 Horas)

- 5.1 - Comunicação, educação e transformação social (8hs)
- 5.2- Estratégias de comunicação e relacionamento com Stakeholders (16hs)

- 5.3 - EDUCOMUNICAÇÃO: Entertainment-Education, Edutainment e Infotainment (8hs)
- 5.4 - Construindo a imagem e gerenciando a reputação da empresa (8hs)
- 5.5 - Plano Estratégico de Comunicação (PECOM) (12hs)
- 5.6 - Comunicação Pública: Transparência, Relevância e Diálogo (\_\_\_\_hs)
- 5.7 - Marcas com Propósito: Colaboração, Diversidade e Ativismo (\_\_\_\_hs)
- 5.8 - Estratégias de Relacionamento e Engajamento com os Públicos de Interesse (\_\_\_\_hs)
- 5.9 - Transformação Digital e seus impactos na Comunicação das Marcas (\_\_\_\_hs)
- 5.10 - Brand Experience: humanização e personalização (\_\_\_\_hs)
- 5.11 - INTERSABERES: pensando com quem pensa e fazendo com quem faz (4hs)

#### MÓDULO 6 – O MARKETING SOCIAL COMO UM DIFERENCIAL COMPETITIVO (58 Horas)

- 6.1 - Conceito e aplicações do Marketing Social (8hs)
- 6.2 - Formação Evolução do Mercado Social (8hs)
- 6.3 - Matriz de Marketing Social (16hs)
- 6.4 - Marketing Mix aplicada à área Social (12hs)
- 6.5 - Estratégias de Marketing Social (8hs)
- 6.6 - INTERSABERES: pensando com quem pensa e fazendo com quem faz (4hs)