

**GLOBAL**  
*CLASSES*

# EXPERIMENTE IR ALÉM



**PUCPR**  
**INTERNATIONAL**

<b>Level 1</b>	<p>Mainly in Portuguese:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Teaching material and bibliographic resources in a foreign language;</li> <li>➤ Lectures, classroom discussions and students' presentations in Portuguese, the use of a foreign language in the classroom being acceptable;</li> <li>➤ Assessment (evaluations and assignments) in Portuguese; the use of a second language is acceptable if previously agreed between the student and the instructor.</li> </ul>
<b>Level 2</b>	<p>Good balance between Portuguese and a foreign language.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Teaching material and bibliography resources in a foreign language;</li> <li>➤ Lectures in a foreign language; both the foreign language and Portuguese are acceptable for classroom discussions and students' presentations, as mediated by the instructor;</li> <li>➤ Assessment (evaluations and assignments) in Portuguese; the use of a second language is acceptable if previously agreed between student and instructor.</li> </ul>
<b>Level 3</b>	<p>Fully in a foreign language.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Teaching material and bibliographic resources in a foreign language;</li> <li>➤ Lectures, classroom discussions and student presentations in a foreign language;</li> <li>➤ Assessments (tests and assignments) in a foreign language.</li> </ul>

# COURSE PORTFOLIO 2024-1

## CURITIBA CAMPUS

### BUSINESS SCHOOL

LEVEL	FOREIGN LANGUAGE	DEGREE	MAJOR	COURSE	ECTS
3	English	Undergraduate	Accounting	<b>Valuation</b>	<b>6</b>
				<p>A brief sketch of merger and acquisition (M&amp;A) in Brazil and its importance in the world; the most important M&amp;A made in Brazil for the last 10 (ten) years; the historical background: first international investments in Brazil, the first Brazilian companies that invested in other countries; the valuation method mores used in brazil and the differences with the valuation in other countries.</p> <p><i>Uma breve perspectiva sobre as fusões e aquisições (M&amp;A) no Brasil e sua importância no mundo; as mais importantes fusões e aquisições realizadas no Brasil nos últimos 10 (dez) anos; o histórico: primeiros investimentos internacionais no Brasil, as primeiras empresas brasileiras que investiram em outros países; os métodos de avaliação utilizados no brasil e as diferenças com a avaliação em outros países.</i></p>	
				<b>Entrepreneurial Management</b>	<b>6</b>
				<p>Business opportunity, creativity, and entrepreneurial vision; education and development of entrepreneur's minds; the profile of the successful entrepreneur; planning, assessment, and</p>	

3	English	Undergraduate	Business Administration	<p>management tools of projects; labor supply and entrepreneurial initiative; policies and competitive strategies for emerging enterprises; agencies and institutions of support for the generation of innovative projects; development of business plans.</p> <p><i>Oportunidade de negócios, criatividade e visão empreendedora; educação e desenvolvimento da mente do empreendedor; o perfil do empreendedor de sucesso; ferramentas de planejamento, avaliação e gerenciamento de projetos; oferta de trabalho e iniciativa empreendedora; políticas e estratégias competitivas para empresas emergentes; agências e instituições de apoio à geração de projetos inovadores; desenvolvimento de planos de negócios.</i></p>
3	English	Undergraduate	Business Administration	<p><b>Investment Analysis</b></p> <p>6</p> <p>The purpose and structure of financial markets; the history of investing; the regulation of the financial sector; the financial crisis; the psychology of investing; the instruments and markets of investing; evaluating risk and return.</p> <p><i>O objetivo e a estrutura dos mercados financeiros; a história do investimento; a regulamentação do setor financeiro; a crise financeira; a psicologia do investimento; os instrumentos e mercados de investimento; avaliação de risco e retorno.</i></p>
				<p><b>Logistics</b></p> <p>6</p> <p>An overview of Integration and Management of the supply chain; strategic and operational alignment; placement of supply and demand; multimodality; inventory and warehousing management; customer service; compensated costs (trade-offs); information systems; policies and procedures; technology, machinery, and equipment; organizational change.</p> <p><i>Uma visão geral da integração e gerenciamento da cadeia de suprimentos; alinhamento estratégico e operacional; alinhamento de oferta e demanda; multimodalidade; gerenciamento de inventário e armazenamento; Atendimento ao Cliente; custos compensados (trade-offs); sistemas de informação; políticas e procedimentos; tecnologia, maquinaria e equipamento; mudança organizacional.</i></p>
3	English	Undergraduate	Business Administration	<p><b>Consumer Behavior</b></p> <p>6</p> <p>Consumer Behavior course is offered in the 2nd period of the Bachelor's Degree in Marketing. In this course, students are invited to analyze psychological factors that can influence the purchasing decision process and to build a market segmentation based on these factors. Through observation and analysis activities, students will try to differentiate the consumer's psychological elements that may impact on their behavioral patterns and consumption decisions, ultimately identifying possible clusters. At the end of this course, they are expected to be able to propose a psychographic segmentation, critically designed and with shared responsibility with their peers.</p> <p><i>O curso de Comportamento do Consumidor é oferecido no 2º período de Bacharelado em Marketing. Neste curso, os alunos são convidados a analisar fatores psicológicos que podem influenciar o processo de decisão de compra e a construir uma segmentação de mercado com base nesses fatores. Através de atividades de</i></p>

				<p><i>observação e análise, os alunos tentarão diferenciar os elementos psicológicos do consumidor que podem impactar seus padrões comportamentais e decisões de consumo, identificando, finalmente, possíveis agrupamentos. No final deste curso, espera-se que sejam capazes de propor uma segmentação psicográfica, criticamente projetada e com responsabilidade compartilhada com seus pares.</i></p>
3	English	Undergraduate	Business	<p><b>Business Economics</b></p> <p>6</p>
				<p>Business Economics is compulsory for Business School students and is taught in the first period. During the course, students develop analytical skills related to the behavior determinants of economic agents, such as price, taxes, income, etc. At the end of the course, students are able to analyze the basic structure of functioning of a market economy, through situations of real context, and the impact of the economic decision-making process.</p> <p><i>A disciplina Economia Empresarial é obrigatória para os alunos da Escola de Negócios e é ensinada no primeiro período. Durante o curso, os alunos desenvolvem habilidades analíticas relacionadas a determinantes do comportamento dos agentes econômicos, com o preço, impostos, renda, etc. No final do curso, os alunos são capazes de analisar a estrutura básica de funcionamento de uma economia de mercado, através de situações de contexto real, e o impacto do processo de tomada de decisão econômica.</i></p>
3	English	Undergraduate	International Administration	<p><b>Principles of Marketing</b></p> <p>6</p>
				<p>Fundamental concepts, history, and evolution of contemporary marketing and marketing management perspectives. Marketing Environment. Marketing information system. Consumer behavior in consumer and organizational markets. Market segmentation. Marketing positioning. Introduction to the marketing mix. At the end of the course, students are able to proceed with basic market analysis, understanding the behavior in this field and proposing options for the organization's choice of segmentation and positioning.</p> <p><i>Conceitos fundamentais, história e evolução do marketing contemporâneo e perspectivas de gestão de marketing. Ambiente de marketing. Sistema de informações de mercado. Comportamento do consumidor nos mercados de consumo e organizacional. Segmentação de mercado. Posicionamento mercadológico. Introdução ao mix de marketing. No final do curso, os alunos são capazes de proceder a uma análise básica de mercado, entendendo o comportamento neste campo e propondo opções para a escolha de segmentação e posicionamento da organização.</i></p>
3	English	Undergraduate	International Administration	<p><b>Accounting Statements</b></p> <p>6</p>
				<p>Overview of Accounting: objectives, needs, and application fields. Basics of accounting technique and system. Asset Movements (Static and Dynamic). Income and Equity Accounts. Double-entry system. Chart of Accounts. Bookkeeping and check balance.</p> <p><i>Visão Geral da Contabilidade: objetivos, necessidades e campos de aplicação. Noções básicas de técnica e sistema contábil. Movimentos de Ativos (Estático e Dinâmico). Contas de Renda e Patrimônio</i></p>

				Líquido. Sistema de dupla entrada. Plano de contas. Escrituração e consulta de saldo
3	English	Undergraduate	Business	<b>Strategic Human Resources</b> <span style="float: right;"><b>6</b></span>
				The course focuses on understanding the importance of managing human resources, to enable a comparison between human resources in Brazil and other countries.  <i>O curso enfoca a compreensão da importância da gestão de recursos humanos, para permitir uma comparação entre os recursos humanos no Brasil e em outros países.</i>
3	English	Undergraduate	Business	<b>Organizational Design</b> <span style="float: right;"><b>6</b></span>
				Fundamentos do <i>design</i> organizacional. Especialização e formalização. Critérios de departamentalização. Sistemas de planejamento e controle. Centralização e descentralização. Relação entre ambiente e estrutura organizacional. Configurações estruturais.  Fundamentals of organizational design. Specialization and formalization. Criteria for departmentalization. Planning and control systems. Centralization and decentralization. Relationship between environment and organizational structure. Structural settings.

If you need any further information, please send an email to [exchange@pucpr.br](mailto:exchange@pucpr.br)



**PUCPR  
INTERNATIONAL**