

**GLOBAL**  
CLASSES

# EXPERIMENTEIR ALÉM



**PUCPR**  
**INTERNATIONAL**

**PUCPR**  
GRUPO MARISTA

Global Classes are divided into 3 different levels of use of a foreign language and are offered in the following schools: Fine Arts, Business, Life Sciences, Humanities and Education, Law and Polytechnic.

<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 2021-2

## CURITIBA CAMPUS

Important: offers are subject to changes according to the number of students.

### BUSINESS SCHOOL

LEVEL	FOREIGN LANGUAGE	DEGREE	MAJOR	COURSE	ECTS
3	English	Undergraduate	Accounting	Valuation	6
				<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>	

3	English	Undergraduate	Business Administration	<b>Enterprise Architecture</b>	<b>6</b>
				<p>Enterprise Architecture provides knowledge and skills to business and technology planning from systems and process-level views to a more strategy-driven enterprise-level view. Enterprise Architecture promotes and explains the emerging profession of EA. This course contains references to related academic research and industry best practices, as well as potential future practices and the direction of this emerging profession. Using a case study, the student will be able to identify, analyze and plan the capabilities to support the fusion between the Business Architecture and the Information Architecture to achieve organizational strategic long-term goals.</p> <p><i>A Arquitetura Corporativa fornece conhecimento e habilidades para o planejamento de negócios e tecnologia, desde visualizações de sistemas e processos até uma visão de negócios mais voltada para a estratégia. A arquitetura corporativa promove e explica a profissão emergente da AC. Este curso contém referências à pesquisas acadêmicas relacionadas e as melhores práticas do setor, além de práticas futuras em potencial e a direção dessa profissão emergente. Usando um estudo de caso, o aluno será capaz de identificar, analisar e planejar os recursos para apoiar a fusão entre a Arquitetura de Negócios e a Arquitetura da Informação para alcançar objetivos organizacionais estratégicos de longo prazo.</i></p>	
3	English	Undergraduate	Business Administration	<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 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	<b>Human Resources Strategic Management</b>	<b>6</b>
				<p>The course focuses on understanding the importance of managing human resources, to enable a comparison between human resources in Brazil and other countries.</p> <p><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></p>	
3	English	Undergraduate	Business Administration	<b>Information Systems</b>	<b>6</b>
				<p>This class will be conceptual and instrumental. It will focus exclusively on information systems as an instrument to help managers to translate and control business strategy. It is not an IT – Information Technology class.</p> <p><i>Este curso será conceitual e instrumental. Ele se concentrará exclusivamente em sistemas de informação como um instrumento para ajudar os gerentes a traduzir e controlar a estratégia de negócios. Não é um curso de TI - Tecnologia da Informação.</i></p>	
3	English	Undergraduate	Business Administration	<b>Innovation and Knowledge Management</b>	<b>6</b>
				<p>The knowledge economy; knowledge as an organizational resource; theoretical foundations of innovation and knowledge management; strategic aspects of information and competitive intelligence; knowledge management models and practices; innovation models and stages; best practices in innovation management; national and local systems of innovation; technology transfers, strategic alliances, and innovation strategies; science, technology and innovation in Brazil; an integrated approach to innovation and knowledge management.</p> <p><i>A economia do conhecimento; conhecimento como recurso organizacional; fundamentos teóricos da inovação e gestão do conhecimento; aspectos estratégicos da informação e inteligência competitiva; modelos e práticas de gestão do conhecimento; modelos e etapas de inovação; melhores práticas em gestão da inovação; sistemas nacionais e locais de inovação; transferências de tecnologia, alianças estratégicas e estratégias de inovação; ciência, tecnologia e inovação no Brasil; uma abordagem integrada à inovação e gestão do conhecimento.</i></p>	
3	English	Undergraduate	Business Administration	<b>Investment Analysis</b>	<b>6</b>
				<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>	
				<b>Logistics</b>	<b>6</b>

3	English	Undergraduate	Business Administration	<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>Social Innovation</b></p> <p>6</p>
				<p><i>Concepts and definitions; distinctive characteristics of social innovation; typology; analytical dimensions and models, actors; demand for social innovations; social management; social entrepreneurship; metrics and indicators; collaboration and cooperation; sustainable territorial development (local/regional) and social innovation; barriers to social innovation; new research areas; practical applications.</i></p> <p><i>Conceitos e definições; características distintivas da inovação social; tipologia; dimensões e modelos analíticos, atores; demanda por inovações sociais; gestão social; empreendedorismo Social; métricas e indicadores; colaboração e cooperação; desenvolvimento territorial sustentável (local/regional) e inovação social; barreiras à inovação social; novas áreas de pesquisa; aplicações práticas.</i></p>
3	English	Undergraduate	Business Administration	<p><b>Strategic Management</b></p> <p>6</p>
				<p>The course focuses on understanding the theoretical concepts and tools of strategic management to cope with dynamic forces and challenges from the environment. It deals with strategic management as an important approach to help organizations to respond to the demands of the environment seeking to improve organizational performance, competitiveness, and sustainability in the long-range as well as to fulfill their mission.</p> <p><i>O curso enfoca a compreensão dos conceitos e ferramentas teóricas da gestão estratégica para lidar com forças e desafios dinâmicos do ambiente. Ele lida com o gerenciamento estratégico como uma abordagem importante para ajudar as organizações a responder às demandas do ambiente, buscando melhorar o desempenho organizacional, a competitividade e a sustentabilidade no longo prazo, bem como para cumprir sua missão.</i></p>
				<p><b>Strategic Marketing</b></p> <p>6</p>
				<p>Process of planning, implementing and controlling marketing strategies through market-oriented strategic management, independent market audit, business portfolio analysis, relationship marketing, global marketing, goal settings, marketing strategies, and plans, product audition, service marketing, branding, price mix</p>

3	English	Undergraduate	Business Administration	<p>decisions, marketing channels, retail marketing, communication strategies, digital marketing, and marketing metrics.</p> <p><i>Processo de planejamento, implementação e controle de estratégias de marketing por meio de gerenciamento estratégico orientado para o mercado, auditoria de mercado independente, análise de portfólio de negócios, marketing de relacionamento, marketing global, definição de metas, estratégias e planos de marketing, audição de produtos, marketing de serviços, branding, decisões de mix de preços, canais de marketing, marketing de varejo, estratégias de comunicação, marketing digital e métricas de marketing.</i></p>
3	English	Undergraduate	Business Administration	<p><b>Sustainability and Business</b></p> <p>6</p>
				<p>The concept of sustainability; the environmental dimension of sustainability; the social dimension of sustainability; the economic dimension of sustainability; sustainable SCM; innovation and sustainability; eco-efficiency; eco-design; urban sustainability; pointers for sustainability; strategies for sustainability; the new era of business.</p> <p><i>O conceito de sustentabilidade; a dimensão ambiental da sustentabilidade; a dimensão social da sustentabilidade; a dimensão econômica da sustentabilidade; SCM sustentável; inovação e sustentabilidade; ecoeficiência; Eco Design; sustentabilidade urbana; indicadores de sustentabilidade; estratégias de sustentabilidade; a nova era dos negócios.</i></p>
3	English	Undergraduate	Economics	<p><b>Contemporary Brazilian Economy</b></p> <p>6</p>
				<p>Brazil overview; the State of Paraná overview; regional inequality in Brazil; macro policies to sustain growth; raising saving and investment; impediments to investment; promoting infrastructure development; achieving strong and sustainable growth; education and health care in Brazil; income distribution in Brazil; Brazil: what's next?</p> <p><i>Visão geral do Brasil; a visão geral do estado do Paraná; desigualdade regional no Brasil; políticas macro para sustentar o crescimento; aumentar a poupança e o investimento; impedimentos ao investimento; promover o desenvolvimento de infraestrutura; alcançar um crescimento forte e sustentável; educação e saúde no Brasil; distribuição de renda no Brasil; Brasil: o que vem depois?</i></p>
3	English	Undergraduate	Economics	<p><b>Financial Markets</b></p> <p>6</p>
				<p>An overview of the ideas, methods, and institutions that permit human society to manage risks and foster enterprise. Description of practices today and analysis of prospects for the future. Introduction to risk management and behavioral finance principles to understand the functioning of securities, insurance, and banking industries. This course attempts to explain the role and the importance of the financial system in the global economy. Rather than separating off the financial world from the rest of the economy, financial equilibrium is studied as an extension of economic equilibrium.</p>

				<p><i>Uma visão geral das ideias, métodos e instituições que permitem à sociedade humana gerenciar riscos e fomentar o empreendimento. Descrição das práticas atuais e análise de perspectivas para o futuro. Introdução aos princípios de gestão de risco e finanças comportamentais para entender o funcionamento dos setores de valores mobiliários, seguros e bancos. Este curso tenta explicar o papel e a importância do sistema financeiro na economia global. Em vez de separar o mundo financeiro do resto da economia, o equilíbrio financeiro é estudado como uma extensão do equilíbrio econômico.</i></p>
3	English	Undergraduate	Economics	<p><b>Geopolitics and International Business</b></p> <p>6</p>
				<p>Geopolitics and the international order; border conflicts and sovereignty; diplomacy and business; conciliation and regulation chambers; international regulatory organizations; international financial organizations; international cooperation; geopolitics and economic blocks; geopolitics scenario's analysis and formation; actors in contemporary geopolitical international scenarios.</p> <p><i>Geopolítica e ordem internacional; conflitos de fronteira e soberania; diplomacia e negócios; câmaras de conciliação e regulação; organizações reguladoras internacionais; organizações financeiras internacionais; cooperação internacional; geopolítica e blocos econômicos; análise e formação do cenário geopolítico; atores nos cenários internacionais geopolíticos contemporâneos.</i></p>
3	English	Undergraduate	Marketing	<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 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>



**PUCPR  
INTERNATIONAL**