



CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* ESPECIALIZAÇÃO

MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL

Coordenação Executiva Acadêmica:

Prof. Isnard Marshall Junior, M Sc.

Matrículas até 20/03/2009

Início – 27/03/2009



FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Criada há 60 anos com o objetivo de ser uma instituição voltada ao desenvolvimento intelectual do País, a Fundação Getúlio Vargas é composta por escolas e importantes centros de pesquisa e documentação, localizados no Rio de Janeiro, sede da FGV, em São Paulo e em Brasília. Como centro de excelência, a FGV preocupa-se, permanentemente, com a inovação e direciona suas atividades para áreas estratégicas.

Visando imprimir mais dinamismo ao desenvolvimento e distribuição de seus serviços educacionais, presenciais e a distância, a FGV criou o Instituto de Desenvolvimento Educacional – IDE – com a finalidade de prover canais de distribuição únicos para os cursos de pós-graduação *lato sensu* (especialização) aperfeiçoamento, extensão e de desenvolvimento de executivos, originados nas unidades da FGV.

O IDE é composto pelo programa **FGV Management** e sua rede conveniada, presente em mais de 90 municípios brasileiros, pelo Programa de Ensino à Distância – **FGV Online** e pelo **FGV in-Company** consolidando, assim, seu modelo inovador de educação continuada, ampliando seu alcance de atuação e levando às mais distantes localidades brasileiras um ensino de qualidade.



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL

Criado em 2003, o IDE tem como objetivo prover canais de distribuição únicos para os cursos de Educação Continuada das Escolas e Institutos da FGV.

O IDE é composto pelos Programas: FGV Management, responsável pelos cursos presenciais abertos; FGV Corporativo, responsável pelos cursos presenciais corporativos; FGV OnLine, responsável pelos cursos a distância (internet e satélite); e, Inteligência de Negócios e Central de Qualidade.



FGV MANAGEMENT

Criado em 1999, como um Programa de Educação Continuada para executar a distribuição e administração dos cursos presenciais de pós-graduação *lato sensu*, hoje atua no Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília, além de 80 cidades brasileiras, através de 34 instituições conveniadas.

A experiência acadêmica e profissional dos professores da FGV faz com que os cursos aliem teoria e prática de forma equilibrada, possibilitando que os conhecimentos adquiridos sejam rapidamente incorporados ao dia-a-dia das empresas.

A missão do FGV Management é formar executivos de empresas privadas, governamentais e do terceiro setor, levando aos talentos do nosso país, instrumental necessário para desenvolver seu potencial e agregar valor às empresas onde atuam, estimulando o desenvolvimento de sua região, nos mais diversos segmentos.



APRESENTAÇÃO

O mundo empresarial, devido a suas constantes mudanças, tem exigido e buscado profissionais competentes, hábeis em gerenciar diferentes áreas e com uma visão estratégica para enfrentar os desafios.

Essa busca de profissionais de gabarito tem impulsionado cada vez mais os executivos a procurarem, em Programas de Educação Continuada, o conteúdo e conhecimento para assim atender às necessidades imediatas do mercado.

Sendo assim, para suprir essa demanda, foi criado o **MBA Executivo em Gestão Empresarial**, que aborda uma grande variedade de conceitos e práticas, essenciais para a formação de profissionais que buscam agir e intervir no mundo de negócios, cada vez mais globalizado e competitivo.



O programa é destinado a profissionais que desejam se instrumentalizar nas várias áreas do conhecimento da administração. Essa interdisciplinaridade faculta ao participante uma visão estratégica no processo decisório. Sua estrutura tem por objetivo oferecer o aprimoramento dos executivos, oriundos de diferentes áreas de formação acadêmica, para assumirem posições de destaque nas organizações.

Os temas abordados enfocam agilidade, liderança, flexibilidade para enfrentar a incerteza, criatividade, comunicação, relacionamento interpessoal e grupal, bem como instrumentais nas diversas áreas de atuação do executivo – finanças, marketing, gestão de pessoas, controladoria e estratégia, dentre outras. Ou seja, todos os temas estão associados ao desenvolvimento de habilidades e oferece os conhecimentos técnicos e gerenciais para a formação do gestor contemporâneo. É de se destacar também, o desenvolvimento da capacidade empreendedora dos participantes, alunos, onde os mesmos são incentivados a desenvolverem um projeto final de curso, de caráter prático, que venha agregar valor para eles ou para as empresas em que atuam.

O sucesso do curso vem sendo plenamente reconhecido, tornando o **MBA Executivo em Gestão Empresarial** no programa de maior aceitação pelo mercado, sendo responsável por aproximadamente 31% do total de todos os alunos dos MBA's da Fundação Getúlio Vargas, estando presente em todas as unidades próprias e cidades atendidas pela rede de conveniadas da FGV.



OBJETIVO:

- Desenvolver visão estratégica;
- Oferecer instrumentais, permitindo ao participante uma maior eficiência no processo decisório;
- Desenvolver a capacidade de analisar, estruturar e sintetizar as informações relacionadas à área de administração;
- Desenvolver habilidades pessoais em comunicação, planejamento e liderança.



PÚBLICO-ALVO:

- Profissionais cujo ponto atingido em suas carreiras os obriga a atingir novos níveis de formação acadêmica;
- Profissionais que sintam necessidade de reciclagem;
- Profissionais que aspirem a cargos executivos em suas empresas e que demandem além de experiência profissional, sólidos conhecimentos de economia, gerência, finanças e pessoas.
- Possuidores de diploma de cursos de graduação.



QUADRO DE PROFESSORES:

O quadro de professores que atendem ao **Programa FGV Management** é composto exclusivamente por profissionais que cumprem os requisitos de sólida formação acadêmica, experiência profissional contínua e atual experiência em atividades de ensino e docência, que os habilitam a ministrar cursos de conteúdo teórico avançado, de maneira clara e didática, com uma abordagem eminentemente aplicada e atual.



CERTIFICAÇÃO:

- Os cursos de Pós-Graduação MBA, Nível Especialização, da Fundação Getúlio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES nº 1 de 03/04/2001, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior.
- Será outorgado pela Fundação Getúlio Vargas o certificado de “**Curso de Pós-Graduação Lato Sensu MBA em Gestão Empresarial, Nível Especialização**” aos participantes que atenderem todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso do módulo nacional.



LOCAL E HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

Trecsson Business – Treinamento, Consultoria e Serviços Ltda
Rua Luiz Gama, 149 - 2º Andar - Zona 04 – Maringá/PR
Fone: (44) 3029-1162



CALENDÁRIO:

Rua Luiz Gama, 149 – 2º Andar – Zona 04 – Maringá/PR – CEP: 87013-320
Tel.: (44) 3029-1162 / www.trecsson.com.br



- **Inscrições:** Em andamento
- **Início do Curso:** Março / 2009
- **Duração do Curso:** 18 meses

As aulas do curso serão ministradas mensalmente nos seguintes horários*:

Sexta-feira: 19h às 23h20

Sábado: 08h00 às 12h20 e 13h20 às 17h40

Domingo: 08h00 às 12h20

Provas: 1ª Opção: Sexta-feira: 15h10 às 18h30 (as provas são realizadas antes do início do módulo subsequente).

2ª Opção: Quinta-feira das 19h às 22h20 (posterior à data da 1ª opção).

[*Os horários e datas poderão ser alterados para adequação acadêmica ou operacional](#)



PROGRAMA

NÚCLEO COMUM

Aspectos Comportamentais da Gestão de Pessoas	24h
Contabilidade para Executivos	24h
Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas	24h
Economia Aplicada	24h
Estratégia de Empresas	24h
Finanças Corporativas	24h
Fundamentos de Marketing	24h
Gestão de Marketing	24h
Gestão da Qualidade	24h
Matemática Financeira	24h

NÚCLEO COMPLEMENTAR

Jogos de Negócios	24h
-------------------	-----

NÚCLEO DE GESTÃO

Gestão Estratégica de Custos	24h
Orçamento e Controle	24h
Negociação	12h
Gestão Estratégica da Informação	24h
Gestão de Projetos	24h
Direito do Consumidor	12h
Projeto Integrado de Negócios	36h
TCC – Trabalho de Conclusão de Curso*	

* (Atividade extra-sala de aula, para acompanhamento dos trabalhos 12h)

Horas-aula dos Módulos432h



EMENTAS DAS DISCIPLINAS

Aspectos Comportamentais da Gestão de Pessoas

Mudanças comportamentais. Aprendizagem e comportamentos organizacionais. Ética aplicada às relações de trabalho. Comunicação. Motivação. Liderança como essência da gestão. Formação e desenvolvimento de equipes.



Contabilidade para Executivos

Fundamentos de Contabilidade. Princípios fundamentais da contabilidade. Demonstrações Contábeis. Balanço Patrimonial, Demonstração de Resultado, Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido. Participação Societária e Variações do Patrimônio Líquido. Análise Econômico – Financeira.

Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas

Contextualização da gestão de pessoas. Desafios para a área de RH. Gestão flexibilizada de pessoas. Gestão de competências. Gerenciamento de talentos. Captação e seleção de talentos. Reconhecimento e remuneração. Avaliação de desempenho. Certificação de competências. Aprendizagem e cultura organizacional. Universidades corporativas.

Economia Aplicada

Conceitos econômicos. Demanda, oferta e estruturas de mercado. Mensuração da atividade econômica. A moeda e o sistema financeiro. Inflação e índices de preços. Balanço de pagamentos. Balança comercial, conta de capital e regimes cambiais. Modelos de conjuntura e crescimento.

Estratégia de Empresas

Evolução do pensamento estratégico. Gestão estratégica no novo milênio. Análise do ambiente externo. Cenários, oportunidades, ameaças e o ambiente competitivo. Análise do ambiente interno. Aplicação das principais ferramentas estratégicas. Desenvolvimento de estratégias. Balanced scorecard (BSC). Objetivos e plano de ação.

Finanças Corporativas

Visão geral de finanças. Risco e Retorno - Beta e o modelo CAPM, CMPC. Fluxo de caixa e Capital de giro. Critérios para análise de projetos. Período *payback* simples e descontado. Valor presente líquido. Taxa interna de retorno. Índice de lucratividade líquida. Ponto de equilíbrio. Avaliação de Empresas e Projetos - Conceitos fundamentais.

Fundamentos de Marketing

O Conceito de Marketing. O Ambiente de Marketing. Elementos do Composto de Marketing. Comportamento do Consumidor. Inteligência de Marketing. Segmentação de Mercado. Posicionamento. A Interface do Marketing com outras Áreas Funcionais da Organização.

Gestão de Marketing

Gestão de Marketing como Ferramenta Competitiva no Mutante Ambiente de Negócios. Desenvolvimento da Proposta de Valor. Desenvolvimento do Mix de Marketing. Marketing de Serviços. Estratégia, Planejamento e Gestão Estratégica. Planejamento, Implementação e Controle de Marketing.

Matemática Financeira

Relação Fundamental e Taxas de Juros. Regime de Juros Simples. Cálculo de taxas simples, valor atual e montante Regime de Juros Compostos. Equivalência de taxas e capitais. Cálculo do valor presente e valor futuro. Série Uniformes de Pagamentos. Sistemas de Amortização. : Tabela Price e Sistema de Amortização Constante. Método de Análise de Fluxos de Caixa. Desconto racional composto e Desconto comercial.

Gestão Estratégica de Custos

As estratégias mercadológicas de preço. O significado das informações do demonstrativo de resultado. Custeio por contribuição versus por absorção. Análise custo-volume-lucro: ponto de equilíbrio, metas de vendas com objetivo de lucro. Decisão de preço quando varia o preço do insumo. Decisão de aceitar ou rejeitar uma proposta. Decisão de preço considerando o retorno sobre o investimento. Retirar ou adicionar um produto de linha. Decisão de comprar ou fazer.

Gestão da Qualidade

Evolução do processo da qualidade. Conceitos básicos. Prêmio nacional da qualidade. Normas ISO. Sistemas integrados de gestão. Padronização e melhoria. Ciclo PDCA. Ferramentas para gerenciamento. Métodos específicos de gestão. Metodologia para implantação.

Orçamento e Controle

Conceito de Orçamento. Finalidade do orçamento. Mecanismos Orçamentários. Consolidação do Orçamento: balanço projetado, resultado projetado, fluxo-de-caixa projetado. Controle: centro de receita, centro de custo padrão, centro de custo discricionário.

Negociação



A negociação como instrumento de gestão e liderança de equipes. Quais são as características de um bom negociador? Qual é o perfil do negociador brasileiro? Os ambientes de negociação e os principais tipos e abordagens. O processo, planejamento e preparação de negociações. As formas de abordar conflitos. O posicionamento estratégico e passos táticos. Modelo de parte em negociação. Maximização de resultados / relacionamento com as partes. Uso da uniformização do tempo e do poder.

Gestão Estratégica da Informação

A mudança no ambiente dos negócios. Histórico da Gestão Estratégica da Informação. Conceitos de Processos. Reengenharia de Processos. Metodologia para gestão estratégica da informação e inovação nos processos. Gestão de Mudança Organizacional. Estágios de uso estratégico da tecnologia da informação (teoria de Plateaus). TI e Novos Modelos Organizacionais. Aplicação Estratégica de ERP e CRM.

Direito do Consumidor

Código de Defesa do Consumidor. Conceitos e relação entre consumidor e fornecedor. Equiparados à consumidor. Empresa consumidora. Política nacional das relações de consumo. Publicidade abusiva e enganosa. Prevenção e reparação de danos. Dano material e moral. Responsabilidade civil, penal e administrativa. Responsabilidade por vício do produto e serviço.

Gestão de Projetos

Definição de Projeto. Evolução da Gerência de Projetos. Estrutura Analítica de Projetos (EAP). Diagrama de Gantt. Diagrama PERT/CPM. Caminho crítico. Custos. Cronogramas Físico e Financeiro. Alocação de recursos humanos e financeiros. Controle do Projeto. Ferramentas computacionais para Gerência de Projetos. Análise de Gerência de Projetos.

PIN - Projeto Integrado de Negócios

Desenvolvimento de um Plano de Negócios - trabalho final, realizado em grupos. O plano de negócio: o ramo e as atividades da empresa, o estudo de mercado, a análise estratégica, o plano de marketing, a análise econômica-financeira, a estrutura organizacional e os elementos de benchmarks e motivadores.

Jogo de Negócios

Aplicações dos conhecimentos aprendidos ao longo do curso em atividades que simulam situações reais do cotidiano da atividade empresarial.

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de final de curso, de caráter obrigatório, deverá ser apresentado pelos alunos, baseado na integração de diversas disciplinas e alinhado com os objetivos do programa em questão.



REGULAMENTO ACADÊMICO:

1. Frequência e Avaliação:

- a) O aluno deverá cursar com assiduidade e ser aprovado, obrigatoriamente, em todas as disciplinas do curso, para ter direito à certificação.
- b) A assiduidade do aluno será registrada pelo professor no formulário de controle de frequência e notas, ao início das aulas de cada disciplina.
- c) Estará reprovado por faltas, em determinada disciplina, o aluno que não obtiver, pelo menos, 75% (setenta e cinco por cento) de frequência nas aulas ministradas.
- d) Os procedimentos de avaliação a serem adotados pelos professores deverão ser definidos em função dos objetivos e da metodologia didática utilizada, de acordo com a especificidade dos conteúdos de cada disciplina. A avaliação de aprendizagem será expressa em notas.
- e) Para ser aprovado, em determinada disciplina, o aluno deverá obter, pelo menos, nota 7 nas avaliações efetuadas pelo professor.

2. Certificação:



- a) Ao término do curso, a FGV expedirá os certificados dos alunos que a eles têm direito obedecendo o prazo constante no Regulamento FGV *Management*.
- b) Terá direito a certificação o aluno que obtiver média e frequência, dentro dos parâmetros definidos neste regulamento, em todas as disciplinas que integram o curso.