

---

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*

ESPECIALIZAÇÃO

# MBA Executivo em Gestão Empresarial

---

COORDENAÇÃO: ISNARD MARSHALL JUNIOR, DR.

## **MBA EXECUTIVO EM GESTÃO EMPRESARIAL**

### **1. 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, em que 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 dos alunos dos MBA's da Fundação Getúlio Vargas, estando presente em todas as unidades próprias e cidades atendidas pela rede de conveniadas da FGV.

### **2. OBJETIVOS**

---

- 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.
- Contribuir na formação de executivos para a área de gestão
- Capacitar os participantes a utilizarem os conceitos e práticas específicas da área de *gestão*

---

### 3. 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.
- Profissionais envolvidos ou interessados na atividade de gestão
- Possuidores de diploma de cursos de graduação

---

### 4. CERTIFICAÇÃO

---

5.1 Os cursos de Pós-Graduação MBA, Nível Especialização, da Fundação Getulio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES nº 1 de 08/06/2007, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior.

5.2 Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Curso de Pós-Graduação Lato Sensu MBA Executivo em Gerenciamento de Projetos, Nível Especialização” aos participantes que atenderem todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso do módulo nacional.

---

### 5. METODOLOGIA DO TCC

---

- O trabalho de conclusão de curso, TCC deverá ser realizado ao longo do curso, pelos alunos, atendendo a legislação em vigor.
- Deverá ter caráter de aplicabilidade e associado aos assuntos apresentados durante o programa de MBA. É importante que seja desenvolvido atendendo a realidade profissional do aluno.
- O trabalho terá acompanhamento presencial e orientação à distância, via Internet, do professor indicado pela Coordenação Acadêmica do curso.

---

### 6. LOCAL, HORÁRIO E DATA

---

Trecsson Business FGV




Rua Luiz Gama, 149 – 2º Andar

**Aulas:** Uma vez ao mês, sendo Sexta-feira das 19h às 23h20, Sábado das 8h às 17h40 (1h de almoço) e Domingo das 8h às 12h20.

**Previsão de Início:** Março de 2010

**Duração:** Aproximadamente 18 meses.

## 7. PROGRAMA

MBA EXECUTIVO EM GESTÃO EMPRESARIAL		
	MÓDULO NACIONAL	H/A
<b>I</b>	<b>NÚCLEO DE PESSOAS</b>	
01	Aspectos Comportamentais da Gestão de Pessoas	24
02	Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas	24
<b>II</b>	<b>NÚCLEO DE CONTROLADORIA</b>	
03	Contabilidade para Executivos	24
04	Gestão Estratégica de Custos	24
<b>III</b>	<b>NÚCLEO DE MARKETING</b>	
05	Fundamentos de Marketing	24
06	Gestão de Marketing	24
07	Marketing de Serviços ( <i>On Line</i> )	36
<b>IV</b>	<b>NÚCLEO DE FINANÇAS</b>	
08	Matemática Financeira	24
09	Finanças Corporativas	24
<b>V</b>	<b>NÚCLEO DE TÓPICOS COMPLEMENTARES</b>	
10	Gestão da Qualidade	24
11	Direito do Consumidor	12
12	Fundamentos de Gerenciamento de Projetos	12
13	Negociação	24
14	Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável ( <i>On Line</i> )	36
<b>VI</b>	<b>NÚCLEO ESTRATÉGICO</b>	
15	Estratégia de Empresas	24
16	Economia Aplicada	24
17	Jogos de Negócios	24
18	PIN – Projeto Integrado de Negócios	36
<b>VII</b>	<b>TCC – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO *</b>	0
<b>Carga Horária Total</b>		<b>432h</b>
<u>PAÍS</u>	<u>MÓDULO INTERNACIONAL (OPCIONAL)</u>	<u>H/A</u>
	<b>Business and Management for International Professionals</b> Universidade da Califórnia - Irvine	54
	<b>Finanças e Políticas Públicas</b> Universidade de Chicago - Illinois	32
	<b>Gestão de Negócios</b> Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial (INDEG) - Lisboa	40

## 8. EMENTA DAS DISCIPLINAS – MÓDULO NACIONAL

---

### NÚCLEO DE PESSOAS

#### 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.

#### 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.

### NÚCLEO DE CONTROLADORIA

#### Contabilidade para Executivos

Fundamentos da Contabilidade. Demonstrações Contábeis de acordo com a Lei das S/A: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado, Mutações do Patrimônio Líquido, Demonstração do Fluxo de Caixa e Demonstração do Valor Adicionado. Participações Societárias e variações do Patrimônio Líquido. Situação financeira x situação econômica. Critérios de análise econômico-financeira: análise vertical, horizontal e indicadores de liquidez, endividamento, lucratividade e rentabilidade.

#### Gestão Integrada de Custos e Orçamento

Visão gerencial dos custos. Custos para tomada de decisões: custeio por absorção x custeio direto. Análise custo/volume/lucro: margem de contribuição, ponto de equilíbrio e alavancagem. Orçamento como instrumento de planejamento e controle. Orçamentos básicos: operação, investimentos e caixa. Orçamento de operação: vendas, produção de despesas operacionais. Orçamento de investimentos: bens de capital e outros investimentos. Orçamento de caixa: recebimentos e pagamentos. Demonstrações financeiras projetadas: balanço patrimonial, demonstração do resultado e fluxo de caixa.

### NUCLEO DE MARKETING

#### 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.

## NUCLEO DE FINANÇAS

### 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.

### 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.

## NUCLEO DE TÓPICOS COMPLEMENTARES

### Gestão da Qualidade

Evolução do processo da qualidade. Conceitos básicos. Prêmio Nacional da Qualidade e o Modelo Excelência da Gestão®. Normas ISO. Certificação. Sistemas integrados de gestão. Padronização e melhoria. Ciclo PDCA. Gerenciamento da melhoria e gerenciamento da rotina. Ferramentas para gerenciamento. Métodos específicos de gestão. Metodologia para implantação.

### 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.

### Fundamentos de Gerenciamento de Projetos

Definição de Projeto. Contexto e Evolução do Gerenciamento de Projetos. As áreas de conhecimento e os processos de gerenciamento do PMBOK: fase inicial, de planejamento, de execução, de controle e de encerramento. Ciclo de Vida dos Projetos. Estruturas Analíticas de Projetos (EAP). Diagrama de Gantt. Método PERT/CPM. Caminho Crítico. Planejamento, Acompanhamento e Controle do Projeto. Lições Aprendidas.

### Negociação

A negociação como instrumento de gestão e liderança de equipes. Características de um bom negociador. 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.

## NUCLEO ESTRATÉGICO

### 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.

### **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.

### **Jogo de Negócios**

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

### **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.

### **NUCLEO ON LINE**

#### **Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável**

História da questão ambiental: homem e meio ambiente, conscientização, desenvolvimento sustentável. Questões do desenvolvimento sustentável: desafios, empresas e desenvolvimento sustentável, responsabilidade social corporativa. Problemas ambientais em escala global: chuva ácida, destruição da camada de ozônio, mudanças climáticas, crise da água, poluentes orgânicos persistentes. Meio ambiente e comércio exterior: comércio exterior, organização mundial do comércio, instrumentos de barreira comercial, normas internacionais de gestão ambiental.

#### **Marketing de Serviços**

Economia, marketing e serviços: economia dos serviços, características dos serviços, classificação dos serviços. Estratégias de marketing de serviços: surgimento e popularização do marketing, caráter estratégico do marketing, organização orientada para o mercado, formulação de estratégias. Gestão do marketing de serviços: modelos de compreensão dos serviços, interações do marketing de serviços, expansão do composto de marketing, produto. Comportamento do consumidor de serviços: marketing e mudanças no mundo do consumo, processo de tomada de decisão do consumidor, expectativas dos clientes acerca dos serviços, satisfação do consumidor e qualidade de serviços, modelo SERVQUAL, modelo SERVPERF, marketing de relacionamento. Implementando o marketing de serviços: papel estratégico da gerência média, avaliação e controle em marketing de serviços, avaliação e controle das atividades de marketing, papel de colaboradores e clientes, gestão de empregados em serviços, papel dos clientes na prestação do serviço.