
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*

ESPECIALIZAÇÃO

MBA em Gestão Empresarial XV

COORDENAÇÃO: ISNARD MARSHALL JUNIOR, DR.

MBA 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 Getulio 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 Gestão Empresarial, 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 2012

Duração: Aproximadamente 18 meses.

7. PROGRAMA

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

NÚCLEO 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.

NÚCLEO 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.

NÚCLEO 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.

NÚCLEO 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.