

---

PÓS - GRADUAÇÃO LATO SENSU  
ESPECIALIZAÇÃO

**MBA EXECUTIVO  
EM  
GESTÃO EMPRESARIAL**

PROGRAMA LÍDER NA FORMAÇÃO DE LÍDERES

---

**SIGA: TMBAGE\*09/18**



## 1. COORDENAÇÃO

---

### **Prof. ISNARD MARSHALL JUNIOR – Doutor, Universidade Federal do Rio de Janeiro.**

Doutor em Engenharia Química pela Escola de Química - UFRJ / RJ, Mestre em Engenharia de Produção pela COPPE / UFRJ / RJ, Especialista em Administração pela PUC / RJ e Administrador de Empresas pela EBAPE - FGV / RJ. Participou de diversos cursos de aperfeiçoamento e atualização no exterior, destacando-se: *Brazilian Program for Quality Management* promovido pela AOTS / JUSE (Yokohama, Japão - 1991), *Business Seminar* pela Ohio University (Athens, EUA - 2002), *Business and Management for International Professionals* pela University of California (Irvine, EUA - 2003 a 2007 e 2009). Larga experiência gerencial e ampla visão interdisciplinar, adquirida em mais de 25 anos de experiência profissional em empresas nacionais e multinacionais. Na área acadêmica, pela Fundação Getúlio Vargas / FGV, foi Coordenador Adjunto de Área (1997 à 2003) e, desde 1997 atua como Coordenador Acadêmico de diversos MBA's, em diferentes localidades do Brasil. Professor de graduação da EBAPE / FGV e de MBA's. Coordenador e autor do livro *Gestão da Qualidade* da série FGV Publicações, editado pela Editora FGV. Atualmente encontra-se na 9ª edição (2009). Autor de artigos e parecerista em Congressos e revistas. Prêmios FGV MANAGEMENT: Melhor Coordenador Acadêmico (2008) e Melhor Professor (2009 e 2010).

## 2. FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

---

É uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, fundada em 20 de dezembro de 1944, com o objetivo de ser um centro voltado para o desenvolvimento intelectual do país, reunindo escolas de excelência e importantes centros de pesquisa e documentação focados na economia, na administração pública e privada e na história do país.

A estrutura acadêmica da FGV é composta por Escolas e Institutos, com grande tradição e intensa produção intelectual:

**EBAPE** – Escola Brasileira de Administração Pública de Empresas

**EAESP** – Escola de Administração de Empresas de São Paulo

**EPGE** – Escola de Pós-Graduação em Economia

**CPDOC** – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil

**Direito GV** – Escola de Direito de São Paulo

**Direito Rio** – Escola de Direito do Rio de Janeiro

**EESP** – Escola de Economia de São Paulo

**IBRE** – Instituto Brasileiro de Economia

**FGV Projetos** – Consultoria para organizações públicas e privadas

## 3. INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL - IDE

---

O IDE foi criado no final de 2003 com o objetivo de coordenar e gerenciar uma rede de distribuição única para os produtos e serviços educacionais produzidos pela FGV, através de suas Escolas e Institutos.

Por intermédio de parcerias com diversas universidades da Europa e dos Estados Unidos, os alunos dos cursos administrados pelo IDE têm a possibilidade de participar de programas de curta, média ou longa duração em universidades estrangeiras.

## 4. CERTIFICAÇÃO

---

O MBA Executivo em Gestão Empresarial é certificado por 2 (duas) das melhores instituições de ensino do país, que tem grande expressão no cenário educacional. São elas:

## ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS – EBAPE

A EBAPE foi criada em abril de 1952, com o apoio das Nações Unidas, voltada inicialmente para o aperfeiçoamento de profissionais do setor público brasileiro, e teve um papel pioneiro no ensino universitário ao instituir o primeiro curso superior de Administração Pública do país.

Com o passar dos anos, expandiu sua atuação também para a área de gestão empresarial privada, oferecendo uma série de programas de educação continuada. Os projetos de pesquisas desenvolvidos pela EBAPE abrangem as áreas do governo e da iniciativa privada, gerência do setor público e privado, políticas públicas, gestão social, inovação tecnológica, produtividade industrial, entre outros. A EBAPE também publica, bimestralmente, a revista de Administração Pública, o periódico Cadernos EBAPE.br e a Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão.

Em recente pesquisa realizada pelo MEC, em 2009, foi considerada a **melhor faculdade do país**.

## ESCOLA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA – EPGE

A Escola de Pós-Graduação em Economia teve origem no Centro de Aperfeiçoamento de Economistas (CAE), criado pela Fundação Getúlio Vargas em 12 de dezembro de 1960. Passou a denominar-se EPGE em 15 de janeiro de 1966, com a introdução da pós-graduação em nível de Mestrado. Em 1974, foi criado o programa de Doutorado.

A EPGE é responsável pela introdução de rigor matemático e da sofisticação teórica no ensino e pesquisa de economia no Brasil, com impactos importantes na gestão pública e privada no país.

Por vários anos consecutivos, tem sido avaliada pela CAPES como o melhor programa de pós-graduação em Economia do Brasil, sendo que, atualmente, é o único programa na área de ciências sociais aplicadas com a nota máxima. A escola conta hoje com um seleto grupo de Ph.D's em regime de tempo integral, dedicados unicamente à pesquisa e ao ensino. A EPGE publica, trimestralmente, a Revista Brasileira de Economia.

Recentemente a EPGE estabeleceu seu programa de graduação em economia por intermédio da criação da Escola Brasileira de Economia e Finanças (EBEF). A EBEF, em recente pesquisa realizada pelo MEC, em 2009, foi considerada a **3ª melhor instituição de ensino do país**, entre todas as existentes.

## 5. SOBRE O MBA

---

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 multiplicidade de conceitos e práticas, essenciais para a formação de profissionais que buscam agir e intervir no mundo dos negócios, cada vez mais globalizado e competitivo.

O programa é destinado a profissionais que desejam se instrumentalizar nas diversas 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 oferecem os conhecimentos técnicos e gerenciais para a formação do gestor contemporâneo. É de se destacar também, o desenvolvimento da capacidade empreendedora do participante, aluno, onde o mesmo é incentivado a desenvolver um projeto final de curso, de caráter prático, que venha agregar valor para si próprio ou para a empresa em que atua.

O sucesso do curso vem sendo plenamente reconhecido, tornando o **MBA Executivo em Gestão Empresarial** o programa de maior aceitação pelo mercado entre todos oferecidos, sendo responsável por aproximadamente **33%** 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. **É o programa "líder na formação de líderes"**.

## 6. OBJETIVO GERAL

---

O programa MBA Executivo em Gestão Empresarial tem como objetivo proporcionar a capacitação técnica aprofundada na gestão de empresas de seus participantes, desenvolvendo a visão estratégica e de mercado, numa visão integrada e global.

Apresenta conceitos e práticas das melhores ferramentas de gestão no sentido de capacitar os participantes na condução de suas atividades no ambiente profissional ou no desenvolvimento de sua capacidade empreendedora quando da montagem de negócios próprios. Desta forma o MBA apresenta os seguintes objetivos específicos:

- ✓ Desenvolver visão estratégica do participante
- ✓ 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 gestão
- ✓ Desenvolver habilidades pessoais em comunicação, planejamento e liderança.
- ✓ Contribuir na formação de executivos para a área de gestão
- ✓ Contribuir para o aumento da capacidade empresarial do participante bem como para a competitividade das organizações de que fazem parte

## 7. A QUEM SE DESTINA

---

O programa MBA Executivo em Gestão Empresarial tem como público alvo:

- ✓ Profissionais cujo ponto atingido em suas carreiras os obriga a atingir novos níveis de formação acadêmica
- ✓ Profissionais que sintam necessidade de atualização e reciclagem de conhecimentos
- ✓ Profissionais que aspirem a cargos executivos em suas empresas e que demandem, além de experiência profissional, sólidos conhecimentos nas áreas de economia, gerência, finanças, estratégia, pessoas e marketing
- ✓ Profissionais que desejem desenvolver sua capacidade empreendedora, por intermédio da condução de um novo negócio - próprio ou projeto em sua empresa

## 8. METODOLOGIA

---

O MBA Executivo em Gestão Empresarial prevê exposição oral e dialogada, abordando os aspectos práticos dos assuntos que serão tratados e, quando necessário, serão contextualizados pela respectiva teoria.

As dinâmicas em sala de aula incluem exercícios, estudos de casos, trabalhos em grupo e individuais para a efetiva fixação dos conhecimentos.

O curso está estruturado em 7 ( sete ) núcleos de conhecimento , conforme abaixo:

- ✓ NÚCLEO DE PESSOAS
- ✓ NÚCLEO DE CONTROLADORIA
- ✓ NÚCLEO DE MARKETING
- ✓ NÚCLEO DE FINANÇAS
- ✓ NÚCLEO DE TÓPICOS COMPLEMENTARES
- ✓ NÚCLEO ESTRATÉGICO
- ✓ NÚCLEO DISCIPLINAS *ON LINE*

Para um melhor aproveitamento do curso, por parte dos participantes, as disciplinas serão apresentadas de forma intercalada, entre os diversos núcleos, permitindo maior equilíbrio e suavidade.

Ao longo do MBA será oferecida a disciplina PIN - Projeto Integrado de Negócios que tem por objetivo desenvolver a capacidade empreendedora dos participantes, por intermédio de um trabalho prático - plano de negócios. Desta forma o PIN irá contribuir para que os participantes consolidem os conhecimentos adquiridos nas demais disciplinas, em um projeto empresarial, de forma prática.

## **9. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

---

O trabalho de conclusão de curso, TCC deverá ser realizado ao longo do programa, pelos alunos, atendendo a legislação em vigor.

Deverá ter caráter de aplicabilidade, 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.

## **10. AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM**

---

Os participantes serão avaliados, em cada disciplina, através de provas individuais e trabalhos em grupo, sendo exigida a nota final mínima 7,0 (sete) em cada disciplina para sua aprovação e formatura. Será exigida também uma presença mínima obrigatória de 75% no programa, como um todo, e de 75% em cada disciplina presencial.

Cada aluno deverá elaborar, adicionalmente, trabalho de conclusão de curso – TCC, apropriado aos objetivos do programa.

## **11. CERTIFICAÇÃO**

---

- ✓ Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, 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.
- ✓ Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA em Gestão Empresarial, Nível Especialização” aos participantes que atenderem a todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso do módulo nacional.
- ✓ Será outorgado pela Universidade da Califórnia - Irvine, o certificado de “*Business and Management for International Professionals*” aos participantes deste módulo internacional.
- ✓ Será outorgado pela Universidade de Chicago o certificado de “*Public Policy, Finance and Investment Strategies*” aos participantes deste módulo internacional.
- ✓ Será outorgado pelo Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial - INDEG / Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa - ISCTE *Business School* - Lisboa, o certificado de “Gestão de Negócios” aos participantes deste módulo internacional.
- ✓ Será outorgado pela Universidade Chinesa de Hong Kong, o certificado de “*China Business & Economic Strategies for Managers*” aos participantes deste módulo internacional.
- ✓ Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA Executivo Internacional com ênfase em Gestão Empresarial, Nível Especialização”, aos participantes que atenderem todos os critérios de aprovação do módulo nacional e internacional.

12 - PROGRAMA - MÓDULO NACIONAL		
MBA EXECUTIVO EM GESTÃO EMPRESARIAL		
	<b>Aula Inaugural e de Integração</b>	
	<b>NÚCLEO DE PESSOAS</b>	<b>HORAS /AULA</b>
1	Aspectos Comportamentais da Gestão de Pessoas	24
2	Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas	24
	<b>NÚCLEO DE CONTROLADORIA</b>	
3	Contabilidade para Executivos	24
4	Gestão Estratégica de Custos	24
5	Orçamento e Controle	24
	<b>NÚCLEO DE MARKETING</b>	
6	Fundamentos de Marketing	24
7	Gestão de Marketing	24
	<b>NÚCLEO DE FINANÇAS</b>	
8	Matemática Financeira	24
9	Finanças Corporativas	24
	<b>NÚCLEO DE TÓPICOS COMPLEMENTARES</b>	
10	Gestão da Qualidade	24
11	Direito do Consumidor	12
12	Gestão de Projetos	24
	<b>NÚCLEO ESTRATÉGICO</b>	
13	Estratégia de Empresas	24
14	Economia Aplicada	24
15	Gestão Estratégica da Informação	24
16	PIN – Projeto Integrado de Negócios	36
	<b>NÚCLEO <i>On Line</i></b>	
	<i>FGV Management Business Simulation</i>	72
	<b>CARGA HORÁRIA TOTAL</b>	<b>456</b>
	Trabalho de Conclusão de Curso - TCC	---

**Atividade oferecida - extraclasse - não incluída na carga horária do curso:**

	Orientação e Elaboração do Trabalho de Conclusão do Curso	36
--	---	----

MÓDULOS INTERNACIONAIS	HORAS/AULA
<b>Business and Management for International Professionals</b> University of California - Irvine	54
<b>Finanças e Políticas Públicas</b> University of Chicago - Harris School	32
<b>Gestão de Negócios</b> Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial- ISCTE /INDEG - Lisboa	40
<b>China Business &amp; Economic Strategies for Managers</b> Asia-Pacific Institute of Business – Chinese University of Hong Kong	40

### 13. DESCRITIVO DAS DISCIPLINAS

#### 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.

##### **Objetivos**

✓ Capacitar os profissionais a compreender a gestão de pessoas no desenvolvimento de empresas modernas e competitivas. Compreender os aspectos comportamentais da gestão de pessoas, proporcionando aos alunos a oportunidade de refletirem sobre as melhores práticas para um trabalho efetivo nas organizações. Fornecer informações e ferramentas necessárias para uma boa atuação na empresa, estimulando-os a reflexão sobre a importância do desenvolvimento contínuo da liderança, dos aspectos motivacionais e do comprometimento de equipe. Discutir o processo de comunicação verbal e não-verbal visando minimizar as dificuldades e barreiras de modo a praticar uma comunicação eficaz.

##### Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas

Contextualização da gestão de pessoas. Desafios para a área de gestão de pessoas. 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.

##### **Objetivos**

✓ Propiciar condições para que o aluno possa: identificar as novas relações de trabalho e os desafios para a área de pessoas; perceber a importância da gestão de pessoas; compreender e saber gerenciar as principais atribuições da gestão de pessoas; entender a importância do capital intelectual e humano; identificar aspectos relacionados à gestão do processo de seleção, atração e retenção de talentos na organização; vivenciar dinâmicas de integração como forma de visualização de um trabalho de gestão de pessoas; entender a gestão por competência; aplicar os princípios de gestão por competência e da aprendizagem organizacional; compreender a cultura e desenvolver subsídios para gerenciá-la.

## **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.

#### **Objetivos**

✓ Propiciar aos participantes o desenvolvimento de competências na área da gestão contábil- financeira procurando capacitá-los: na identificação dos fundamentos da contabilidade e o efeito que as operações provocam no patrimônio e no resultado das empresas; na interpretação do conteúdo das principais demonstrações contábeis; na apuração e aplicação dos principais indicadores econômicos, financeiros e de rentabilidade no processo de análise de demonstrações contábeis visando a tomada de decisões.

### **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.

#### **Objetivos**

✓ Proporcionar, sempre com o enfoque gerencial, o entendimento dos conceitos básicos de custos, suas classificações e a estruturação das informações. Principais métodos de custeamento dos produtos. Sistemas de acumulação de custos, e os principais modelos gerenciais para a tomada de decisão, como o modelo de margem de contribuição. Formação de preços de venda e análises de custos e rentabilidade.

### **Orçamento e Controle**

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

#### **Objetivos**

✓ Desenvolver a visão estratégica tendo o orçamento como uma ferramenta de acompanhamento para a tomada de decisão de modo a: enfatizar a relevância do processo orçamentário, analisando suas vantagens e limitações; apresentar como os planos operacionais são consolidados em planos financeiros, analisando o impacto das diretrizes previamente definidas pela administração; explicar como o uso da informação orçamentária influencia a performance dos gestores e o resultado da organização.

## **NÚCLEO 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.

## Objetivos

✓ Conhecer os conceitos básicos de marketing e seus respectivos processos. Analisar o ambiente de marketing, suas oportunidades e ameaças. Gerenciar o composto de marketing (4ps). Compreender as variáveis do comportamento do consumidor. Desenvolver o sistema de informações em marketing. Comunicação Integrada de Marketing.



## 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.

## Objetivos

✓ Entender as principais ferramentas de gestão na área de marketing e respectivos processos. Conscientizar a importância do uso profissional do composto de marketing. Conhecer a gerência de produtos e seu ciclo de vida. Utilizar a comunicação integrada de marketing. Analisar e identificar as estratégias de marketing relacionadas a produto, preço, distribuição e comunicação. Identificar os novos caminhos da administração do marketing de serviços e identificar a importância da administração eficaz do marketing *mix* nos resultados empresariais. Entender a execução de um planejamento de marketing na prática.

## 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 uniforme 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.

## Objetivos

✓ Capacitar os participantes a utilizarem os conceitos e práticas da matemática financeira. Compreender os fundamentos da matemática financeira para calcular o valor do dinheiro no tempo - cálculo do valor presente e do valor futuro em quaisquer fluxos de caixa. Capacitar / reciclar o profissional na utilização de calculadora financeira. Criar condições para o entendimento das operações financeiras de renda fixa e renda variável.



## 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.

## Objetivos

✓ Fornecer sólido embasamento teórico e prático de finanças como ferramenta indispensável para as melhores práticas de gestão empresarial. Capacitar os profissionais na utilização das ferramentas de finanças, tornando-os aptos para elaboração de análises retrospectiva e prospectiva de um empreendimento por meio dos principais indicadores econômico-financeiros. Analisar a viabilidade de um projeto de investimento sob as diversas óticas. Compreender a noção de Risco e Retorno. Adequar o princípio da diversificação e o modelo CAPM à gestão de carteiras de investimento.

## **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.

#### **Objetivos**

- ✓ Apresentar os conceitos fundamentais e o modelo sistêmico da gestão empresarial através da abordagem pela Qualidade Total, com o propósito de oferecer aos participantes, embasamento teórico necessário que lhes permita analisar as práticas atuais e criar condições para implementar as mudanças necessárias na criação de ambiente empresarial focado na Qualidade, o que contribuirá para a sobrevivência e crescimento de suas organizações, bem como para o desempenho pessoal e profissional dos participantes.

### **Direito do Consumidor**

Código de Defesa do Consumidor. Conceitos e relação entre consumidor e fornecedor. Equiparados ao 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.

#### **Objetivos**

- ✓ Visa fornecer aos profissionais subsídios para expandir e aprofundar conhecimentos técnicos na área jurídico-econômica e empresarial a fim de capacitá-los para enfrentar as mudanças dos cenários nacional e internacional, em especial no que tange às relações de consumo, bem como possibilitar sua inserção como consultores e assessores empresariais.

### **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 da gerência de projetos.

#### **Objetivos**

- ✓ Discutir as melhores práticas para a gestão de projetos, alinhadas ao PMI (*Project Management Institute*) e a metodologia do PMBOK (*Project Management Body of Knowledge*). Identificar a gestão de projetos como instrumento de implementação de mudanças associadas às estratégias organizacionais. Discutir as melhores práticas para a gestão de projetos, alinhadas ao PMI / PMBOK. Capacitar os participantes na elaboração de um plano de projeto de acordo com as melhores práticas internacionais de controle físico, financeiro e de execução de projetos.

## **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.

## Objetivos

- ✓ Apresentar os conceitos contemporâneos de planejamento e gestão estratégica visando alcançar vantagens competitivas para o negócio. Proporcionar sistemática de análise externa e interna para a tomada de decisão. Propor uma visão contemporânea de negócio e de estratégia empresarial para atuação em mercados competitivos. Capacitar os participantes na elaboração de um planejamento estratégico.

## 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.

## Objetivos

- ✓ Capacitar o participante a compreender os principais conceitos e mecanismos econômicos e seus impactos sobre o ambiente de atuação empresarial. Identificar a lógica das medidas de política macroeconômica, antevendo sua evolução e seus resultados a curto e médio prazo. Discutir de forma comparativa o desempenho econômico de diferentes países e seus fundamentos. Ampliar a capacidade de compreensão das informações econômicas disponíveis na mídia, contribuindo com a avaliação e eventual correção das estratégias adotadas pela empresas.

## Gestão Estratégica da Informação

A mudança no ambiente dos negócios. Histórico da gestão estratégica da informação. Conceitos de processos. Redesenho de processos. Gestão de mudança organizacional. Metodologia para gestão estratégica da informação e inovação nos processos. Estágios de uso estratégico da tecnologia da informação ( teoria de Plateaus ). TI e novos modelos organizacionais. Aplicação estratégica de ERP e CRM.

## Objetivos

- ✓ Contextualizar a evolução da gestão da tecnologia da informação quanto à manutenção de vantagem competitiva e às possíveis oportunidades de novos negócios proporcionadas pelo seu uso intensivo. Apresentar conceitos da gestão por processos. Associar a informação e a tecnologia à inteligência de negócios, o que permitirá os participantes identificar pontos críticos de um projeto de inteligência competitiva. Abordar o funcionamento do comércio eletrônico e suas formas de aplicação, os conceitos de infra-estrutura e de segurança, os sistemas de negócios eletrônicos voltados ao consumidor final (B2C) e as técnicas de negócios eletrônicos interempresariais (B2B).

## 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.

## Objetivos

- ✓ Apresentar os conceitos fundamentais que norteiam o desenvolvimento de um Projeto Integrado de Negócios (Plano de Negócios), buscando resgatar e integrar as disciplinas apresentadas durante o MBA em Gestão Empresarial, de modo a consolidar os conhecimentos aprendidos e qualificar os participantes a desenvolver projetos empresariais a partir de conceitos de estruturação sistêmica e de iniciativas empreendedoras

## **NÚCLEO ON LINE**

### **FGV Management Business Simulation**

Dinâmica do jogo e da disciplina: jogo de negócios, disciplina FGV MGM BS, calendário e avaliação do jogo, jogo de negócios BS on-line. Marketing e comercial: variáveis de marketing, venda dos produtos, atividade comercial. Matéria-prima, produção, transporte e fábricas: matéria-prima, produção, transporte, fábricas. Recursos humanos, finanças, estratégia e gestão: recursos humanos, finanças, atividades do módulo.