

MBA em GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

1) OBJETIVO

O objetivo do MBA é dotar os participantes de todos os instrumentos necessários para tomar as decisões fundamentais de investimento e inovação e levá-la à prática numa economia em crescimento. O participante realizará estudos avançados: 1) das Técnicas Profissionais de todas as áreas funcionais da empresa (Operação e Logística, Finanças, Marketing e Recursos Humanos); 2) da empresa vista como sistema; 3) do ambiente competitivo; 4) do macroambiente de negócios (cenários econômicos e temas contemporâneos). O curso culmina com a discussão da Estratégia Empresarial, que deverá ser o objeto do Trabalho de Conclusão de Curso, de acordo com o interesse de cada um dos participantes. A carga horária das disciplinas é de 596 horas, distribuídas entre aulas presenciais, atividades práticas e workshops.

2) PÚBLICO-ALVO

O MBA em Gestão Estratégica de Empresas é destinado especialmente a gerentes, assistentes de direção, consultores e empreendedores de diversas formações Poderão participar do curso executivos, empresários e profissionais com pelo menos quatro anos de experiência após a graduação. O profissional que concluir o curso terá um diploma reconhecido pelo MEC, com título de Especialista em Gestão Estratégica de Empresas, de acordo com a legislação vigente.

3) CONDIÇÕES DE ADMISSÃO

Formação Superior concluída antes de 2013 e ao menos quatro anos de experiência profissional.

4) ESTRUTURA CURRICULAR E CARGA HORÁRIA

A carga horária do curso é de 596 horas/aula, cumpridas em 3 semestres letivos. As aulas serão ministradas em 2 sessões quinzenais (às sextas-feiras à noite e aos sábados pela manhã). Provas e aulas especiais podem acontecer nas noites de algumas quintas-feiras ou aos sábados à tarde. Semanalmente os alunos devem preparar ainda casos práticos. O curso abordará os seguintes temas e cargas horárias:

Ordem	Disciplina	Aulas 2018	Atividades	Prova	Total
1	Macroambiente dos Negócios I	16	16	4	36
2	Estrutura das Organizações	16	16	4	36
3	Gestão Avançada de Marketing	20	16	4	40
4	Gestão Avançada de Finanças	20	16	4	40
5	Estrutura de Capital	20	16	4	40
6	Macroambiente dos Negócios II	16	16	4	36
7	Gestão Avançada de Pessoas	20	16	4	40
8	Gestão Avançada de Operações e Logística	20	16	4	40
9	Concorrência e Competitividade	16	16		32
10	Gestão da Inovação e Tendências Tecnológicas	20	16	4	40
11	Gestão de Negócios na Era Digital	16	16	4	36
12	Estratégia Empresarial	32	24	4	60
13	Plano de Negócios	16	32		48
14	Encontro com Executivos	24			24
15	TCC	8	40		48
	Total	280	272	44	596

5) METODOLOGIA INOVADORA DE ENSINO

Além das aulas presenciais quinzenais, nas noites de sexta-feira e nas manhãs de sábado, os participantes também realizam as seguintes atividades práticas semanais, sempre sob a supervisão dos professores:

- Estudo de casos: cases da Universidade de Harvard e The Case Centre
- Uso de bases de dados empresariais: Euromonitor e Economática
- Plataforma digital para leitura e discussão dos textos mais avançados de cada área

6) PROFESSORES RESPONSÁVEIS

O Curso será coordenado pelo Prof. Dr. Rodrigo Sabbatini, economista, mestre e doutor em economia (IE/UNICAMP), Diretor-adjunto da FACAMP e autor de diversos artigos sobre economia brasileira e internacional. Consultor de empresas e de organismos internacionais. A coordenação executiva do curso realizada pelo Prof. Renato Santos, administrador pela FEA-USP e mestre em Administração (UFRGS). Professor da FACAMP, ex-executivo de Finanças e consultor de empresas há mais de 20 anos.

7) AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM

Os participantes serão avaliados em cada disciplina através de provas individuais e trabalhos em grupo. Para sua aprovação em cada disciplina, a nota final mínima é 7,0 (sete). A presença mínima obrigatória é de 75% no curso como um todo e de 75% em cada disciplina. Cada aluno deverá ainda fazer um trabalho de conclusão de curso, TCC, apropriado aos objetivos do programa e que deve ser finalizado até Novembro de 2019.

8) HORÁRIO, DIAS DA SEMANA E CRONOGRAMA DAS AULAS

Horário das aulas quinzenais: Sextas-feiras, das 19h às 22h30 e Sábados das 9h às 12h30

Semestre	Início	Término
1º Semestre (2018):	02/03/2018 a	30/06/2018
2º Semestre (2018):	03/08/2018 a	15/12/2018
3º Semestre (2019):	15/03/2019 a	29/06/2019

Prazo Limite para Conclusão do TCC: 30/11/2019

9) INVESTIMENTO

Preço total do Curso é R\$ 15.730,00.

Visite nossos planos de financiamento e descontos - <[link](#)>

10) CONTEÚDO DAS DISCIPLINAS

1) Macroambiente dos Negócios I

36 horas, 1º Semestre

1. Introdução à Análise Macroeconômica
2. Análise dos componentes do valor agregado
3. Determinação de cenários macroeconômicos

2) Estrutura das organizações

36 horas, 1º Semestre

1. Fundamentos da estrutura organizacional
2. Modelos organizacionais
 - Estruturas simples
 - Modelo burocrático
 - Modelo matricial
 - Organizações em rede
3. Características da empresa e diversidade das estruturas organizacionais
4. Evolução das formas de coordenação e controle do trabalho

3) Gestão Avançada de Marketing

40 horas, 1º Semestre

1. Marketing: Instrumentos e tendências
2. Tópicos de comportamento do consumidor
3. Inteligência de mercado
4. Segmentação e posicionamento
5. Gestão de marcas
6. Estratégias de precificação
7. Gestão de canais de distribuição
8. Comunicação integrada de marketing
9. Planejamento de marketing

4) Gestão Avançada de Finanças

40 horas, 1º Semestre

1. Contabilidade avançada, controladoria e gestão de custos
2. Instrumentos de financiamento de curto prazo
3. Mercado de capitais e instrumentos de financiamento de longo prazo
4. Gestão de riscos e derivativos
5. Plano financeiro de longo prazo

5) Estrutura de Capital

40 horas, 1º Semestre

1. Custo de capital
2. Aumento de capital: emissão de ações
3. Alavancagem financeira e política de estrutura de capital
 - Custo de capital próprio
 - Dívida bancária
 - Instrumentos de dívida direta
 - Project finance
4. Política de dividendos

6) Macroambiente dos Negócios II

36 horas, 2º Semestre

1. Cenários Econômicos Nacionais
 - Antecedentes e determinantes do presente: evolução histórica da economia brasileira
 - Plano Real e a abertura econômica
 - Os anos Lula
 - Perspectivas da economia brasileira
2. Cenários Econômicos Internacionais
 - Determinantes dos fluxos comerciais internacionais
 - Determinantes dos fluxos financeiros internacionais
 - Instrumentos de política comercial e integração econômica
 - Globalização produtiva e financeira: determinantes e impactos
 - Perspectivas da economia mundial

7) Gestão Avançada de Pessoas

40 horas, 2º Semestre

1. Comportamento humano das organizações: valores sociais e personalidades
2. Avaliação do clima organizacional e da qualidade de vida no trabalho
3. Captação, desenvolvimento e retenção de talentos
4. Gestão de Equipes de Alto Desempenho
5. Atributos de Liderança
6. Ferramentas e Práticas de Avaliação e Resultados

8) Gestão Avançada de Operações e Logística

40 horas, 2º Semestre

1. Lean manufacturing e gestão da cadeia de valor
2. Gestão de estoques e da demanda
3. Gestão de transportes
4. Gestão de armazéns
5. Supply chain management
6. Redes logísticas
7. Canais de distribuição no exterior
8. Logística reversa

9) Concorrência e Competitividade

32 horas, 2º Semestre

1. Conceitos de concorrência e competitividade
2. Análise e formulação de estratégias competitivas
3. Análise de competitividade em setores selecionados
4. Análise de estratégia competitiva de grandes empresas

10) Gestão da Inovação e Tendências Tecnológicas

40 horas, 2º Semestre

1. Gestão da Inovação
 - Conceitos de inovação e as competências necessárias para adoção de uma estratégia empresarial voltada à inovação
 - A abordagem das capacitações dinâmicas

- A perspectiva do *open innovation*
- A abordagem da inovação disruptiva

2. Tendências tecnológicas

- Tecnologias portadoras de futuro
- Robótica e automação da produção e dos serviços
- Tópicos de inteligência artificial
- Tópicos de novos materiais e nanotecnologia
- Futuro da energia
- Futuro do emprego e da renda

11) Gestão de Negócios na Era Digital

36 horas, 3º Semestre

1. Indústria 4.0
2. Internet das Coisas (IoT)
3. Plataforma de Negócios
4. As estratégias empresariais e os modelos de negócios
5. A importância dos modelos de negócios para *start-ups*

12) Estratégia Empresarial

60 horas, 3º Semestre

1. O planejamento estratégico na empresa contemporânea
2. Preparando a estratégia: análise do ambiente externo e das condições internas às empresas
3. Seleção de estratégias competitivas
4. Execução da estratégia
 - Planejamento estratégico e a gestão
 - Adaptando a estratégia às características organizacionais da empresa
 - Controle e avaliação dos resultados

13) Plano de Negócios

48 horas, 3º Semestre

1. O Plano de Negócios como uma ferramenta de gestão
2. As etapas dos planos de Negócios
 - O Sumário Executivo: um instrumento para a venda de uma ideia
 - A caracterização da empresa

- O negócio com seus diferenciais únicos
- A estratégia do negócio e o estudo do mercado
- O plano de marketing e a definição da demanda
- O plano de operações e o estudo da viabilidade técnica
- O plano financeiro e o estudo de viabilidade econômica
- A gestão do capital humano
- O planejamento e desenvolvimento do projeto

3. A elaboração de um Plano de Negócios real, desde sua concepção até o início do seu processo de implantação.

14) Encontros com Executivos

24 horas, em 6as feiras fora da quinzena de aula.

- Seminários e Palestras com Empresários e Executivos sobre temas diversos

15) Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)

48 horas, 3º Semestre

1. Aspectos Conceituais: como formular um TCC
2. Elaboração de projeto de TCC
3. Elaboração do TCC