



MBA EM GESTÃO COMERCIAL



MELHOR EDUCAÇÃO
DO BRASIL

CONVENIADA



EDUCAÇÃO
EXECUTIVA



Conheça a FGV

A Fundação Getúlio Vargas (FGV) é uma renomada instituição educacional brasileira, reconhecida internacionalmente pela excelência acadêmica. Fundada em 1944, a FGV destaca-se por oferecer programas de ensino, pesquisa e extensão em diversas áreas, incluindo economia, administração e direito. Sua tradição, corpo docente de qualidade e comprometimento com a inovação a tornam uma referência no cenário educacional e contribuem para o sucesso profissional de seus alunos.

POR QUE ESCOLHER A FGV?

Escolher um MBA é uma decisão estratégica que moldará seu futuro profissional.

Ao eleger a Fundação Getúlio Vargas (FGV), opta por uma experiência única, onde a excelência acadêmica se une à inovação. Nesta jornada, a FGV oferece vantagens que transcendem o convencional: corpo docente renomado, metodologias inovadoras, flexibilidade, e uma abordagem centrada em resultados práticos. Descubra como a FGV se torna o catalisador para uma carreira de sucesso e impacto duradouro.

Excelência Acadêmica Reconhecida:
A FGV é internacionalmente reconhecida pela qualidade acadêmica, contando com um corpo docente de renome e uma tradição de excelência.

Networking Estratégico:
A instituição oferece um ambiente propício para a construção de uma rede de contatos valiosa, essencial para oportunidades de negócios e desenvolvimento profissional.

Metodologia Inovadora e Foco em Resultados Práticos:
Os programas de MBA na FGV são estruturados com metodologias inovadoras, proporcionando uma aprendizagem prática e alinhada com as demandas do mercado.

Flexibilidade e Customização do Curso:
Os programas oferecem flexibilidade de horários e modalidades de ensino, permitindo aos alunos customizar sua formação de acordo com suas necessidades e aspirações.

Reconhecimento no Mercado de Trabalho:
O título de MBA pela FGV é altamente valorizado no mercado, conferindo aos graduados uma vantagem competitiva em processos seletivos e oportunidades de crescimento profissional.

MBA EM GESTÃO COMERCIAL

Proporciona um completo conjunto de teorias e ferramentas que permitirão a obtenção de resultados comerciais dentro de princípios éticos e morais, valorizando, de forma permanente, a tomada de decisões que contribuam para o atingimento das metas da organização, sem abrir mão da sua governança, responsabilidade social e ambiental. Os participantes do MBA em Gestão Comercial são estimulados a pensar de maneira sistêmica, de forma a compreenderem a complexidade da função de vendas e a importância da integração desta com as demais áreas funcionais para a obtenção de bons resultados comerciais de forma permanente e consistente.

COORDENAÇÃO ACADÊMICA

Ricardo Franco Teixeira Doutorando em Administração de Empresas pela UNR, Mestre em Sistemas de Gestão pela UFF, Especialista em Management pela EPGE/FGV. Engenheiro Civil pela UFBa.. Administrador de Empresas pela UNIFACS. Consultor na área de Marketing. Professor dos cursos de MBA em Marketing, em Gestão Empresarial e em Gerência de Saúde do FGV Management. Sócio-gerente da Excellence Management Consultores Ltda., tem mais de 10 anos de experiência profissional em cargos de direção em empresas de portes variados.

COMPETÊNCIAS

Nele você irá adquirir:

- dimensionar e atribuir responsabilidades bem como acompanhar o desempenho da equipe de vendas;
- construir políticas e estratégias de venda que contemplem e atendam as legislações em vigor;
- planejar ações de social commerce integradas com a jornada do cliente da organização;
- avaliar o desempenho dos canais de venda da organização e propor ações de melhoria;
- elaborar previsões de tendências e resultados de venda;
- formular a política comercial da empresa;



INFORMAÇÕES ADICIONAIS

CARGA HORÁRIA:

- 432 horas/aula;
- 18 meses;
- Presencial;

HORÁRIO DE AULA:

- Aulas em um final de semana por mês;
- Sexta-feira: 18h30 às 22h50;
- Sábado: 8h às 12h30 e das 13h30 às 18h;
- Domingo: de 8h às 12h;

FREQUENCIA/ AVALIAÇÃO:

- Os participantes serão avaliados em cada disciplina através de:
- Provas individuais, sem consulta;
- Trabalhos em grupos;
- É necessária a nota final 7,0 (sete) em cada disciplina, para sua aprovação e certificação;
- Presença mínima de 75% por disciplina, sem possibilidade de abono de falta.
- As provas serão realizadas na semana seguinte, após o término da disciplina.
- Serão disponibilizadas duas datas/ horários para realização da prova;

CORPO DOCENTE:

O corpo Docente e de Coordenadores da Fundação Getulio Vargas é formado por pesquisadores, doutores, mestres e especialistas, titulados por grandes escolas nacionais e internacionais.

Além da formação acadêmica, possuem larga experiência profissional relativa ao programa que se apresenta.



Estrutura Curricular do MBA



Gestão de Equipes Comerciais

144/h

Produtividade em Vendas

144/h

Tendências em Gestão Comercial

144/h

Total

432 h/a

MÓDULO 1 - GESTÃO DE EQUIPES COMERCIAIS

Objetivo: O programa busca introduzir os participantes a modelos de análise do comportamento humano em um contexto gerencial e comercial desafiador, distinto do padrão convencional. Em um cenário marcado por avanços tecnológicos e mudanças nas dinâmicas de consumo, abordagens tradicionais de comunicação e liderança revelam-se inadequadas. A necessidade de compreender o ser humano de maneira diferente é vital para desenvolver estratégias eficazes, incluindo novas técnicas de negociação, diante de um mundo cada vez mais interconectado e complexo.

MÓDULO 2 - PRODUTIVIDADE EM VENDAS

Objetivos: O módulo Produtividade em Vendas do MBA em Gestão Comercial se propõe a discutir como alavancar a produtividade em algumas das mais importantes áreas do composto vendas. Sabe-se que a administração eficiente de qualquer empresa, área ou setor de atividade depende, em muito, da capacidade de “fazer mais com menos recursos”.

MÓDULO 3 - TENDÊNCIAS EM GESTÃO COMERCIAL

Objetivos: Visa explorar práticas comerciais alinhadas a princípios e valores relevantes para a organização e a sociedade. Inicia-se com a reflexão sobre esses fundamentos e, em seguida, introduz ferramentas para o planejamento, apoio à decisão, implementação e controle de ações comerciais eficazes e socialmente responsáveis. A estratégia é destacada como crucial, embora muitas organizações ainda subestimem conceitos como ética, responsabilidade social e sustentabilidade na governança corporativa. Além disso, a falta de integração de modernas técnicas de gestão de dados, informações e conhecimento é apontada como uma limitação comum em algumas empresas.

PROGRAMA/CONTEÚDO

DISCIPLINA DO MÓDULO: GESTÃO DE EQUIPES COMERCIAIS

1	Administração de Vendas	24h
2	Liderança de Equipes de Alto Desempenho	24h
3	Aspectos Legais nas Relações de Consumo	24h
4	Comunicação Interpessoal e Corporativa	24h
5	Negociação e Administração de Conflitos	24h
6	Workshop em Formulação da Política Comercial	24h

DISCIPLINA DO MÓDULO: PRODUTIVIDADE EM VENDAS

1	Desenho e Gestão Integrada de Canais de Vendas	24h
2	Finanças para não Financeiros	24h
3	Gestão de Tributos	24h
4	Formação e Administração de Preços	24h
5	Economia Comportamental e Tomada de Decisão	24h
6	Workshop em Sales Analytics	24h

DISCIPLINA DO MÓDULO: TENDÊNCIAS EM GESTÃO COMERCIAL

1	Fundamento de Gerenciamento de Projetos	24h
2	E-commerce e Internet das Coisas	24h
3	Customer Experience Management e Social Commerce	24h
4	Mídias Digitais e Vendas	24h
5	Big Data para Vendas	24h
6	Workshop de Planejamento de Vendas & Marketing	24h

Ementa das disciplinas

Módulo: Gestão de Equipes Comerciais

Administração de Vendas

Implementação das estratégias de vendas. Planejamento e gestão da força de vendas. Política de remuneração. Supervisão de vendas. Gestão de conflitos, controles e métricas de vendas.

Liderança de Equipes de Alto Desempenho

Conceito e teorias de liderança. Modelos de liderança contingencial. Poder e influência nas organizações. Novos modelos de liderança. Liderança de equipes de alto desempenho. Pipeline de liderança e desenvolvimento de líderes. Líder-coach. Inteligência emocional e competências do líder eficaz.

Aspectos Legais nas Relações de Consumo

Histórico das relações de consumo. Princípios e conceitos. Política nacional das relações de consumo. Direitos básicos. Responsabilidade civil. Prevenção e reparação de danos. Decreto 7962/13 e aplicação nas relações de consumo. Regulamentação e marketing para crianças e para adultos.

Comunicação Interpessoal e Corporativa

Comunicação humana: elementos, tipos e objetivos. Etapas do processo lógico de comunicação. Barreiras à comunicação humana. Novas abordagens e tendências em comunicação. Comunicação e tecnologia. Comunicação interpessoal: técnicas de apresentação. A comunicação corporativa e os seus objetivos.

Negociação e Administração de Conflitos

Aspectos conceituais associados ao processo de negociação. Negociação: aspectos relacionais. Negociação: aspectos substantivos. Negociação: aspectos processuais de execução.

Workshop de Formulação da Política Comercial

Diagnóstico da atuação comercial da empresa. Principais etapas da formulação da política comercial. Elaboração da política comercial. Apresentações da política comercial da empresa.

MÓDULO: PRODUTIVIDADE EM VENDAS

Desenho e Gestão Integrada de Canais de Vendas

Canal de vendas. Tipos de intermediários. Fluxos de canal. Desenho de canal. Gestão de canal. Conflitos de canal. Ações comerciais direcionadas aos canais. Trade Marketing.

Finanças para não Financeiros

O que são finanças. Processo de criação de riqueza nas organizações. Noções gerais de contabilidade e uso dos indicadores de desempenho. Uso da Matemática Financeira como instrumento de medição de valor. Fluxo de caixa. Métodos de avaliação de projetos de investimento. Contabilidade gerencial e análise de custos.

Gestão de Tributos

Sistema tributário brasileiro. Tributos incidentes no faturamento. Regimes de tributação, real, presumido e simples nacional. Tributos e contribuições sobre faturamento e lucro. Imposto sobre a renda da pessoa jurídica.

Formação e Administração de Preços

O papel do preço na estratégia comercial. O ambiente de negócios. Estratégia competitiva e objetivos empresariais. Influência dos fatores mercadológicos na decisão de preços. A importância dos custos na formação do preço. Impacto dos custos financeiro e tributário sobre o preço. Métodos de definição de preços. Políticas e administração de preços.

Economia Comportamental e Tomada de Decisão

Campo da economia comportamental. Decisão nas organizações. Julgamentos, decisões e racionalidade. Modelo racional de tomada de decisão. Heurísticas e vieses. Percepção e vieses perceptuais. Tomada de decisão nas organizações. Árvores de decisão. Decisões sob risco e incerteza.

Workshop em Sales Analytics

Sales Analytics. Monitoramento de vendas. Gestão de equipes pela Sales Analytics. Relatórios e painéis de Sales Analytics. Sistemas analíticos de venda. Previsão de tendências e resultados de venda. Métricas de Sales Analytics.

MÓDULO: TENDÊNCIAS EM GESTÃO COMERCIAL

Fundamentos de Gerenciamento de Projetos

Histórico e conceituação de projeto, programa e gerência de projeto. Caracterização do ciclo de vida e processos de um projeto. Introdução as áreas de conhecimento segundo o PMI (Project Management Institute). Integração entre áreas de conhecimento e processos. Estruturas organizacionais para gerenciamento de projetos. Características desejáveis no Gerente de Projetos.

E-commerce e Internet das Coisas

Internet e negócios. Multiplicação das operações One Stop Shop e o uso da precificação dinâmica em larga escala. Paradigma da computação em nuvem como suporte à nova era do varejo. Conceitos, plataformas e estratégias para E-Commerce. Tendências em E-Commerce.

Customer Experience Management e Social Commerce

Jornada do cliente. Customer experience. Gestão da satisfação dos clientes e fidelização. Introdução ao Social Commerce. Criação de ações de Social Commerce.

Mídias Digitais e Vendas

Fundamentação sobre mídias digitais. Modelos de negócios digitais. Ferramentas mobile de ativação e relacionamento com clientes. Google Ads. SEO – Search Engine Optimization.

Big Data para Vendas

Fundamentos de Big Data. Big Data Analytics para apoio a tomada de decisão. Aplicações do Big Data em vendas. Big Data para recrutamento e seleção. Integração do dado off-line e on-line.

Workshop de Planejamento de Vendas & Marketing

Interseção entre marketing e vendas. Decisões estratégicas do Plano de Vendas. Decisões táticas do Plano de Vendas.

Programas Internacionais

Complemente seus estudos em instituições de referência no exterior!

- Os alunos de MBA poderão optar por complementar sua formação cursando um dos Módulos Internacionais da FGV, elaborados em parceria com as melhores Instituições de Educação Executiva da Europa e Estados Unidos. A participação nestes módulos confere aos alunos dois certificados:
- Certificado de participação no Módulo Internacional emitido pela Instituição de Ensino Superior Estrangeira, com a carga horária somente do módulo internacional;
- Certificado de curso livre denominado “MBA Internacional” emitido pelo IDE/FGV, no qual constará o histórico escolar do aluno com as disciplinas cursadas no Brasil e as informações do Módulo Internacional.
- Nossos programas internacionais possibilitam ao aluno:
- A oportunidade de agregar ao curriculum uma formação acadêmica internacional;
- Formação de networking com alunos da FGV de outras partes do país e com o corpo discente e docente das instituições estrangeiras.



PROCESSO SELETIVO

ETAPA 1

Inscrição e Envio Documentação Digitalizada: Formulário de inscrição deve ser preenchido e enviado por e-mail para seu consultor, juntamente com os seguintes documentos digitalizados:

- 1 Foto 3x4;
- Cópia RG e CPF;
- Currículo acadêmico e profissional atualizado;
- Cópia diploma de Graduação;
- Comprovante de residência;
- Comprovante de Renda - cópia dos 03 últimos;
- Contracheques; ou Declaração do IR;

ETAPA 2

Análise de Crédito e Aprovação da Matrícula:

Será encaminhado ao Setor Financeiro para análise de crédito e aprovação da matrícula os documentos acima indicados. O retorno da análise será informado ao candidato em até 02 dias úteis após o envio das informações ao setor responsável.

ETAPA 3

Pagamento Taxa de Inscrição: Após a aprovação do crédito e a confirmação da matrícula, a conveniada encaminhará ao aluno o boleto de taxa de inscrição no valor de R\$ 275,00 (duzentos e setenta e cinco reais). Caberá ao candidato efetuar o pagamento até o vencimento indicado.

ETAPA 4

Impressão e Envio dos Contratos:

Em posse dos documentos enviados na Etapa 1, a conveniada enviará via e-mail o contrato de prestação de serviços educacionais ao candidato juntamente com o código de conduta.

O candidato deverá entregar na secretaria da conveniada, em até 07 (sete) dias após o recebimento, os documentos abaixo relacionados:

- Cópia autenticada do diploma de graduação*;
- 02 vias do Contrato assinada e rubricado em todas as páginas**;
- 01 via do Código de Conduta assinado.

(*) Na falta do diploma, o certificado de conclusão da graduação é válido para a matrícula. Entretanto, o diploma deverá ser entregue em até 90 dias após o início das aulas.

(**) Poderá ocorrer alteração no número de vias do contrato a serem entregues dependendo da modalidade do contrato (pessoa física, pessoa jurídica, etc.).



MELHOR EDUCAÇÃO
DO BRASIL

CONVENIADA



FGV

EDUCAÇÃO
EXECUTIVA

Chapecó | Criciúma | Lages | Passo Fundo | Duque de Caxias

