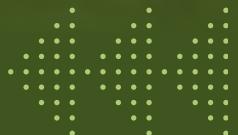




BLENDED (SEMIPRESENCIAL)



MBA EM **GESTÃO:** **AGRONEGÓCIOS**



Conheça a FGV

A Fundação Getulio 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 Getulio 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: AGRONEGÓCIOS

Desenvolver ações e estratégias para um negócio é uma ação que requer conhecimento variado e multidisciplinar. Sendo assim, o MBA em Gestão: Agronegócios proporciona ao aluno o desenvolvimento de várias competências, como liderança, estratégia, capacidade de planejamento e tomada de decisões importantes para a empresa; conhecimentos especializados relevantes para a sua atuação nesse setor específico da economia; pleno entendimento das particularidades do agronegócio; e ferramentas adequadas para fazer a diferença. Este programa apresenta uma abordagem moderna, com a discussão de casos e conceitos atualizados, sempre conduzidos por professores com comprovada atuação no agronegócio.

PÚBLICO-ALVO

- Profissionais de nível superior que trabalham ou desejam trabalhar com agronegócio e
- alcançaram ponto na carreira que os obriga a atingir novos níveis de formação acadêmica.

COMPETÊNCIAS

Você vai adquirir:

- entendimento sobre aspectos relacionados a economia e finanças no agronegócio – cenários macroeconômicos, formação de preços, matemática financeira, custos e riscos no agronegócio, avaliação de empresas e projetos agroindustriais;
- conhecimento sobre tópicos específicos do agronegócio brasileiro – cadeias produtivas, inserção internacional, meio ambiente, logística empresarial, inovação, empreendedorismo, governança, sucessão e
- ampla visão sobre gestão e estratégia no agronegócio – economia de empresas, gestão de pessoas, marketing e gestão de vendas, financiamento, posicionamento estratégico e direito empresarial.



CARGA HORÁRIA:

- 432 horas/aula, sendo 216 horas remotas síncronas ou ao vivo e 216 horas aulas presenciais;
- 18 meses;
- Semipresencial;

METODOLOGIA

Os cursos do Programa MBA Semipresencial (Blended) da FGV têm por objetivo estimular a reconstrução do conhecimento por meio da abordagem integrada entre teoria e prática, em consonância com os contextos econômicos, sociais e regionais onde os cursos são ministrados. O conteúdo das disciplinas visa atingir objetivos de aprendizagem específicos, alinhados ao desenvolvimento das competências necessárias à prática profissional dos/as estudantes. Há dois formatos de aula:

- disciplinas de gestão - aulas presenciais, com enfoque em atividades práticas e apoio de estudos de caso, jogos de negócios e situações que permitam aos/às estudantes simularem a vivência de experiências desafiadoras, encorajando-os a aplicarem os seus conhecimentos à resolução dos desafios propostos e
- disciplinas de ênfase - aulas remotas, mediadas por ferramentas de videoconferência e planejadas sob a égide das metodologias ativas, com a aplicação de diferentes estratégias de aprendizagem.

Os/as estudantes também contam com o suporte de um ambiente virtual de aprendizagem, o ECLASS, por meio do qual podem acessar, a qualquer momento e em qualquer um dos seus dispositivos eletrônicos, o conteúdo da disciplina, fazendo uso irrestrito de reconhecidas bibliotecas virtuais. Além disso, o ambiente dá acesso a outras ferramentas que oferecem suporte ao processo de ensino-aprendizagem e facilitam a comunicação.



AVALIAÇÃO:

- A avaliação da aprendizagem tem papel fundamental no processo de reconstrução de conhecimento pelos/as estudantes e, por isso, cada disciplina tem um instrumento avaliativo diferente.
- As avaliações construídas pelos/as professores/as possuem questões que abordam a aplicabilidade dos conceitos trabalhados em sala a contextos empresariais.
- Os instrumentos de avaliação utilizados visam não somente apoiar o diagnóstico do aprendizado mas também servir como ferramenta de reflexão para os/as estudantes quanto à prática dos conceitos, a fim de capacitá-los/as para tomarem melhores decisões como executivos/as.
- No Programa **MBA Blended (Semipresencial)**, todas as disciplinas são avaliadas através de trabalho, não havendo provas presenciais.

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.



MÓDULOS



Módulo Gestão 216/h

Módulo Específico 216/h

Total 432 h/a

DISCIPLINAS DOS MÓDULOS

MÓDULO GESTÃO

1	Estratégia corporativa e de negócios	24h
2	Estratégias de marketing	24h
3	Economia dos negócios	24h
4	Gestão de projetos	24h
5	Liderança e gestão de equipes	24h
6	Transformação digital	24h
7	Empreendedorismo e gestão da inovação	24h
8	Finanças corporativas	24h
9	Jogo de negócios	24h

MÓDULO ESPECÍFICO

10	Avaliação econômica de projetos no agronegócio	24h
11	Conceitos e ferramentas para análise de preços agrícolas	24h
12	Direito empresarial no agronegócio	24h
13	Agricultura 4.0: gestão estratégica, inovação e empreendedorismo	24h
14	Financiamento do agronegócio	24h
15	Gestão de custos no agronegócio	24h
16	Gestão de riscos no agronegócio	24h
17	Inserção internacional do agronegócio brasileiro	24h
18	Meio ambiente e agronegócio	24h

Ementa das disciplinas

MÓDULO GESTÃO

Estratégia corporativa e de negócios

Conceito de estratégia. Pensamento estratégico. Administração estratégica e alinhamento estratégico. Definição de missão e visão, valores, política e diretrizes. Análise do ambiente externo: cenários prospectivos, oportunidades e ameaças. Análise competitiva. Análise do ambiente interno: recursos, capacidades, competências e cadeia de valor. Pontos fortes e fracos. Matriz Swot e desenvolvimento de estratégias. Objetivos estratégicos, desenvolvimento de estratégias e planos de ação (5W2H, GUT, etc.). Desenvolvimento e gerenciamento dos indicadores. Balanced scorecard (BSC), objectives and key results (OKRs) e outras ferramentas estratégicas para monitoramento e tomada de decisão. Modelos estratégicos contemporâneos voltados para o crescimento do negócio.

Estratégias de marketing

Estratégias de segmentação e comportamento dos consumidores individuais e organizacionais. Estratégias de posicionamento. Composto de marketing. Reconfiguração das políticas de estratégias de marketing e relacionamento com os clientes no ambiente digital. Fatores exógenos e endógenos que compõem o ambiente de marketing.

Economia dos negócios

Macroeconomia: indicadores. Flutuações cíclicas e crescimento de longo prazo. Inflação, índices de preço e suas aplicações. Atuação do Banco Central e sua influência sobre os negócios: política monetária, taxas de juros e regime de metas para a inflação. Elementos de macroeconomia aberta: taxas de câmbio, regimes cambiais e balanço de pagamentos. Comércio internacional: principais indicadores, mecanismos e instituições. Microeconomia: oferta, demanda e seus determinantes. Outras estruturas de mercado, oligopólios e defesa da concorrência.

Gestão de projetos

Fundamentos de projeto, programa e portfólio; Fatores de sucesso em gerenciamento de projetos; Características e competências do gerente de projetos; Tipologia de organizações para gerenciamento de projetos; Domínios e Princípios de performance; Tipos de ciclo de vida; Contexto de utilização de métodos preditivos, ágeis e híbridos; Papéis, artefatos e eventos relacionados aos métodos preditivos e ágeis; Gerenciamento de projetos preditivos; Gerenciamento de projetos ágeis.

Liderança e gestão de equipes

Liderança no contexto de mudanças ambientais e organizacionais. Desenvolvimento de competências para a liderança na era da transformação digital. Teorias e abordagens para a liderança. Feedback para o desenvolvimento de equipes. Gestão das emoções, relacionamento interpessoal e desempenho. Formação e estratégias de desenvolvimento de equipes. Características e tipos de equipe. Fases do desenvolvimento de equipes. Diversidade nas equipes. Motivação e engajamento de equipes. Teorias motivacionais e prática da liderança. Delegação, autonomia e empowerment nas equipes.

Ementa das disciplinas

Transformação digital

Tecnologia da informação (TI) nas organizações e inovação tecnológica, estratégia e competitividade. Transformação digital: aspectos essenciais e tendências.

Transformação digital e modelos de negócio digital. Nova economia e mindset digital. Papel das pessoas na transformação digital.

Empreendedorismo e gestão da inovação

Conceitos e fundamentos do empreendedorismo. Diferentes abordagens para o empreendedorismo. Tipos de empreendedorismo e estratégias para construir uma cultura empreendedora. Modelos para a inovação. Gestão da inovação e métricas. Ambidestria organizacional. Inovação e processos de mudança. Modelos de negócio.

Finanças corporativas

Visão geral de finanças para gestores. Matemática Financeira aplicada (valor do dinheiro no tempo, juros compostos e transformação de taxas). Determinação do fluxo de caixa livre para viabilidade econômico-financeira de projetos de investimento. Métodos de análise de viabilidade econômico-financeira de projetos de investimento (valor presente líquido – VPL, taxa interna de retorno – TIR e período payback simples – PBS e descontado – PBD). Fundamentos da avaliação de empresas. Relação risco versus retorno (modelo do CAPM e do custo médio ponderado de capital).

Jogo de negócios

Valorização do trabalho em equipe. Análise e diagnóstico do ambiente de negócio. Definição de objetivos, planos de ação e metas. Decisões de estratégia e de marketing, e aspectos comerciais. Decisões relativas aos aspectos operacionais e da gestão de pessoas. Decisões no âmbito da gestão econômico-financeira. Análise de resultados e revisão de estratégias.

MÓDULO ESPECÍFICO

Avaliação econômica de projetos no agronegócio

Análise econômica e financeira de empresas e projetos agroindustriais. Critérios de decisão sobre investimento. Avaliação de alternativas de investimento. Análise das variáveis de risco do investimento.

Conceitos e ferramentas para análise de preços agrícolas

Conceito de mercado com base na teoria microeconômica. Curvas de oferta e demanda. Equilíbrio de mercado. Principais estruturas de mercado presentes no universo do agronegócio: concorrência perfeita e concorrência imperfeita. Elasticidade em economia. Principais elasticidades de demanda e de oferta. Elasticidade preço e elasticidade renda no contexto de produtos agropecuários. Principais instrumentos de política agrícola. Justificativas de regulação específica em mercados agropecuários. Técnicas estatísticas para a projeção de preços. Especificidades sazonais dos preços agropecuários. Construção de cenários para o comportamento dos preços como base em tendência e sazonalidade.

Direito empresarial no agronegócio

Conceitos iniciais do direito do agronegócio. Formas de organização societária e contratos típicos e atípicos. Novo sistema de financiamento privado do agronegócio brasileiro: principais instrumentos, garantias, formalização e questões jurídicas relevantes. Imposto de renda na atividade rural. Imposto sobre a propriedade territorial rural (ITR). Tributos incidentes sobre a receita bruta da atividade rural. Contribuições previdenciárias aplicáveis ao agronegócio. Relações de trabalho e encargos trabalhistas aplicáveis ao setor. Instrumentos e garantias nas operações de financiamento no agronegócio. Recuperação judicial do produtor rural.

Agricultura 4.0: gestão estratégica, inovação e empreendedorismo

Gestão da inovação de produtos e processos. Planejamento de adoção de tecnologias digitais. Tendências de empreendedorismo e inovação e os seus impactos no agronegócio. Gestão de contratos e novos modelos de negócio. Papel das startups no agronegócio e os seus agentes de fomento.

Financiamento do agronegócio

Inserção do financiamento do agronegócio público e privado no Sistema Financeiro Nacional. Crédito rural bancário e crédito privado de empresas exportadoras e bancos. Títulos privados de emissão do agronegócio, os seus atores e as suas responsabilidades. Funcionamento dos veículos privados de crédito e investimento. Inserção dos títulos verdes nos modelos de financiamento. Simulações de racionalização do crédito entre as alternativas de financiamento.

Gestão de custos no agronegócio

Diferentes visões de custo para a economia. Gastos, perdas e investimentos. Diferenças entre resultados do negócio e informações dos produtos. Contabilidade de custos: contabilidade fiscal e gerencial, conceitos gerais da contabilidade. Relação entre o balanço patrimonial e o demonstrativo do resultado do exercício com a gestão de custos. Métodos de custeamento. Custeio como apoio à tomada de decisão gerencial de curto, médio e longo prazo. Decisões baseadas em custos: lucro econômico e lucro contábil, margem de contribuição, ponto de equilíbrio, margem de segurança e análise das relações entre custo volume e lucro.

Gestão de riscos no agronegócio

Aspectos econômico das principais commodities agropecuárias. Diferentes riscos financeiros nos negócios da organização. Hedge de preços. Contratos futuros e opções negociados em bolsa brasileira e internacional. Mitigação do risco de mercado. Derivativos para todos os agentes da cadeia produtiva e comercial.

Inserção internacional do agronegócio brasileiro

Evolução histórica do agronegócio brasileiro. Crescimento do agronegócio nacional e acesso aos mercados mundiais. Negociações agrícolas mundiais como processo para ampliação dos mercados. Tendências mundiais da produção e consumo. Globalização e formação de blocos econômicos. Perfis dos negociadores na cadeia global de valor. Atribuições da Organização Mundial do Comércio (OMC). Estratégias governamentais e integração com o setor produtivo no Brasil.

Meio ambiente e agronegócio

Desenvolvimento e meio ambiente. Sustentabilidade. Economia e agricultura de baixo carbono. Legislação ambiental no Brasil. Licenciamento ambiental e Código Florestal. Indicadores e relatórios de sustentabilidade. Desafios tecnológicos. Certificação e mercados sustentáveis. Pagamento por serviços ambientais e agroenergia. Oportunidades de negócios na sustentabilidade.

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 currículum 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



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

