



SEMIPRESENCIAL

MBA EM **GESTÃO:** **EMPRESARIAL**



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 EMPRESARIAL

Desenvolver ações e estratégias para um negócio é uma ação que requer conhecimento variado e multidisciplinar. Sendo assim, o MBA em Gestão Empresarial proporciona ao aluno o desenvolvimento de várias competências, como liderança, estratégia, capacidade de planejamento e tomada de decisões importantes para a empresa.

COMPETÊNCIAS

O programa de MBA visa a especializar profissionais com competências mais complexas, isto é, com um conjunto de conhecimentos, habilidades e valores exigidos pelo mercado de trabalho. Dessa forma, a preocupação com a formação de profissionais altamente competentes leva ao questionamento sobre como os preparar. São competências a serem desenvolvidas ao longo do curso:

- analisar o mercado, os clientes e os cenários macro e microeconômicos;
- propor soluções estratégicas geradoras de valor para a empresa;
- analisar a saúde econômico-financeira da empresa para tomada de decisões de investimento, maximizadoras da relação risco e retorno dos investidores;
- criar cultura e ambiente de inovação;
- tomar decisões fundamentadas com uso eficiente de dados e demais informação;
- utilizar a tecnologia para ganho de produtividade e acesso eficiente de mercados;
- liderar pessoas, negociando com efetividade e gerenciando conflitos;
- identificar direitos básicos, práticas abusivas e sanções previstas na Lei nº 8078/90, assim como questões ligadas ao compliance e à proteção de dados;
- avaliar os riscos sociais, ambientais e de governança para as organizações;
- propor planos mitigadores de riscos – sociais, ambientais e de governança – para as organizações;
- coordenar a gestão da cadeia de suprimentos desde o seu planejamento até a sua implantação;
- mapear processos, mensurando e controlando resultados, e propor ações corretivas e de melhoria para processos.

PÚBLICO-ALVO

O MBA em Gestão Empresarial é recomendado para:

- profissionais que atuam ou pretendem atuar na área da Gestão Empresarial, em funções gerenciais ou executivas de empresas públicas/privadas e
- empreendedores que almejam abrir o seu próprio negócio.



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:

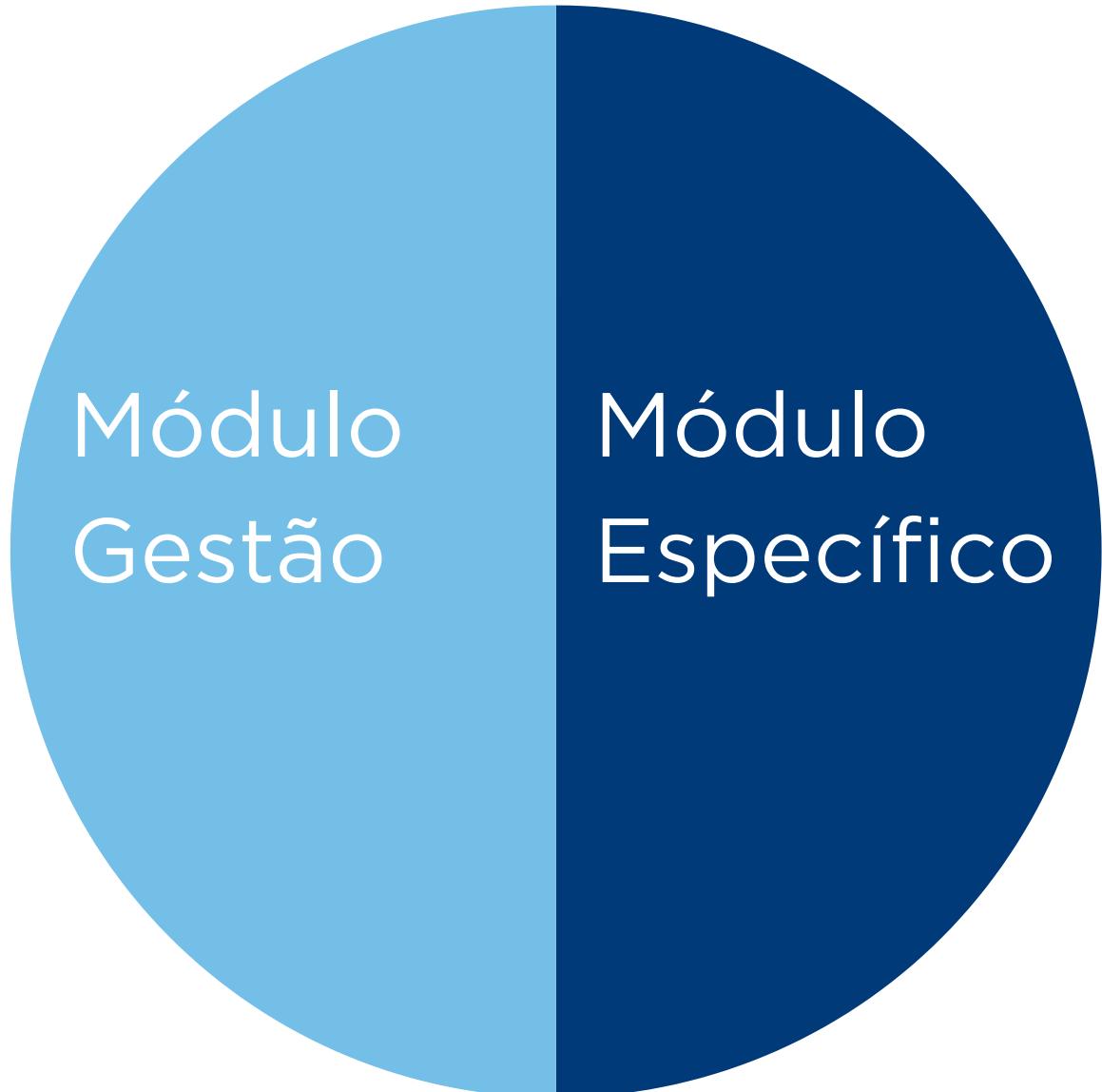
- A avaliação da aprendizagem tem papel fundamental no processo de reconstrução de conhecimento pelos/as estudantes e, por isso, cada disciplina tem um instrumento avaliativo diferente.
- As avaliações construídas pelos/as professores/as possuem questões que abordam a aplicabilidade dos conceitos trabalhados 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 capacitar-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 DO CURSO

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	Business analytics	24h
11	Análise das demonstrações contábeis	24h
12	Gestão integrada de custos e orçamento	24h
13	Environmental, social e corporate governance	24h
14	Negociação e administração de conflitos	24h
15	Supply chain management	24h
16	Gestão de serviços	24h
17	Business process management	24h
18	Workshop de soluções corporativas e de negócios	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.

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

Business analytics

Visão sistêmica do processo de tomada de decisão empresarial. Papel da análise de dados no apoio à tomada de decisão. Caracterização das relações do BA com business intelligence e data science. Análise dos ambientes interno e externo, e dos dados e variáveis relevantes para o posicionamento estratégico. Principais bases de dados disponíveis e seu uso. Sistemas de apoio à decisão. Fundamentos e principais ferramentas de análise preditiva. Processos de tomada de decisão no contexto do BA.

Análise das demonstrações contábeis

Sistema de informação contábil. Relatórios relevantes para gestão (balanço patrimonial – BP, demonstração de resultado do exercício – DRE, demonstração dos fluxos de caixa – FCX e demonstrações das mutações do patrimônio líquido – DMPL). Análise fundamentalista da situação econômico-financeira de empresas por meio de indicadores de desempenho: liquidez, estrutura de capital, prazos médios, alavancagem financeira, lucratividade e rentabilidade. Análises horizontal e vertical.

Gestão integrada de custos e orçamento

Classificação contábil aplicada à contabilidade de custos (custo, despesa, investimento, ganho, perda, gasto, desembolso, gasto fixos, gastos variáveis, semifixos e semivariáveis, gastos diretos e indiretos). Tomada de decisão utilizando métodos de custeio (variável e absorção) e ponto de equilíbrio. Orçamento empresarial como instrumento de gestão. Orçamento operacional e financeiro. Orçamento dos principais relatórios contábeis (demonstração do resultado do exercício – DRE, fluxo de caixa – FC e balanço patrimonial – BP) e a sua utilização como ferramenta de controle.

Environmental, social e corporate governance

Estrutura e conflitos de governança na organização. Conformidade das práticas socioeconômicas da empresa. Conformidade ambiental às leis anticorrupção e à legislação tributária. Diversidade da força de trabalho. Liberdade sindical. Práticas de segurança no trabalho. Saúde e segurança dos consumidores. Políticas de diversidade. Alinhamento da cultura organizacional à heterogeneidade da força de trabalho.

Negociação e administração de conflitos

Gestão de conflitos. Tipos de conflito, impactos e consequências nas organizações. Técnicas e estratégias de resolução de conflitos. Aspectos conceituais, relacionais e culturais de uma negociação. Técnicas, estratégias e táticas de negociação. Tipos e etapas da negociação. Abordagens multidisciplinares e contemporâneas da gestão de conflitos e da negociação nas organizações. Comunicação, persuasão e superação de impasses na negociação. Comunicação não violenta na negociação. Negociação, mediação de conflitos e tomada de decisão.

Supply chain management

Processo de globalização da economia e sua influência na cadeia de suprimentos. Gestão das operações logísticas nas empresas. Infraestrutura logística brasileira. Sistemas de informação, tecnologias e práticas aplicadas ao gerenciamento da cadeia de suprimentos. Negócios eletrônicos B2B e B2C. Funções logísticas. Decisões de trade-off na cadeia de suprimentos. Avaliação do desempenho para a qualidade, produtividade e competitividade. ESG e práticas de green supply chain para redução dos riscos ambientais e obtenção de vantagem competitiva.

Gestão de serviços

Fundamentos do marketing de serviços. Gestão da qualidade em serviços. Oferta de serviço. Design de serviços. Blueprint. Entrega dos serviços. Produtividade em serviços. Tangibilização dos serviços. Percepção dos clientes. Monitoramento da satisfação do cliente. Gestão de falhas em serviço. Estratégia em serviços.

Business process management

Fundamentos e metodologias para o gerenciamento de processos. Visão sistêmica do gerenciamento de processos. Gestão de processos e gestão por processos. Ferramentas para mapeamento de processos. Análise e modelagem de processos. Melhoria de processos com identificação, priorização e desenvolvimento de planos de ação. Avaliação de problemas potenciais na implantação de planos de ação. Metodologias para melhoria e inovação de processos. Gerenciamento do desempenho de processos por meio do uso de key performance indicators (KPIs). Envolvimento das pessoas e trabalho em equipe para implantação do gerenciamento de processos. Fatores críticos de sucesso.

Workshop de soluções corporativas e de negócios

Introdução à agilidade. Manifesto ágil. Valores e princípios ágeis. Filosofia Lean. Método Kanban. Lead time do fluxo de trabalho. Limitações de WIP. Framework Scrum. Papéis no Scrum. Cerimônias Scrum. Artefatos usados no Scrum. Estimativas ágeis. Gráficos de controle. Scrumban. Lean startup. Objective and Key Results (OKR). Escalada Ágil. Agilidade nos negócios.

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 | Caçador | Criciúma | Lages | Passo Fundo | Cruz Alta | Foz do Iguaçu

