



SEMIPRESENCIAL

MBA EM  
**GESTÃO:  
COMERCIAL**



MELHOR EDUCAÇÃO  
DO BRASIL



FGV

EDUCAÇÃO  
EXECUTIVA



# 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 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

Desenvolver ações e estratégias para um negócio é uma ação que requer conhecimento variado e multidisciplinar. Sendo assim, o MBA em Gestão: Comercial proporciona ao aluno o desenvolvimento de várias competências, como liderança, estratégia, capacidade de planejamento e tomada de decisões importantes para a empresa, além de 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 responsabilidade social. Os participantes são estimulados a pensar de maneira sistêmica, de forma a compreender a complexidade da função vendas e que a integração desta com as demais áreas funcionais é fundamental para a obtenção de bons resultados comerciais de forma permanente e consistente.

## PÚBLICO-ALVO

O MBA em Gestão: Comercial é recomendado para:

- Profissionais que buscam capacitação na área de gestão comercial para maximizar o resultado das empresas de forma sustentável e
- Gestores que desejam aperfeiçoar competências relacionadas à liderança de equipes, à visão estratégica e às decisões relativas ao processo comercial.

## COMPETÊNCIAS

Nele você irá adquirir:

- Visão holística das atividades empresariais, com foco na criação de valor para a empresa;
- Conhecimentos técnicos e habilidades para se tornar gestor líder na sua empresa ou no próprio negócio;
- Capacidade de relacionar teorias à prática de gestão por meio de um jogo de negócios;
- Autoconhecimento de competências comportamentais, tornando-o apto a elaborar um projeto de carreira;
- Competências para desempenhar funções estratégicas em áreas ligadas à gestão comercial;
- Capacidade de negociar e inovar, unindo as estratégias e os processos da gestão comercial às demandas do mercado;
- Habilidades pessoais e interpessoais necessárias à liderança de equipes de vendas;
- Visão estratégica para adotar novas abordagens em relação ao mercado e
- Capacidade de reconhecer competências que o permitirão formar equipes de alto desempenho.





## 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:

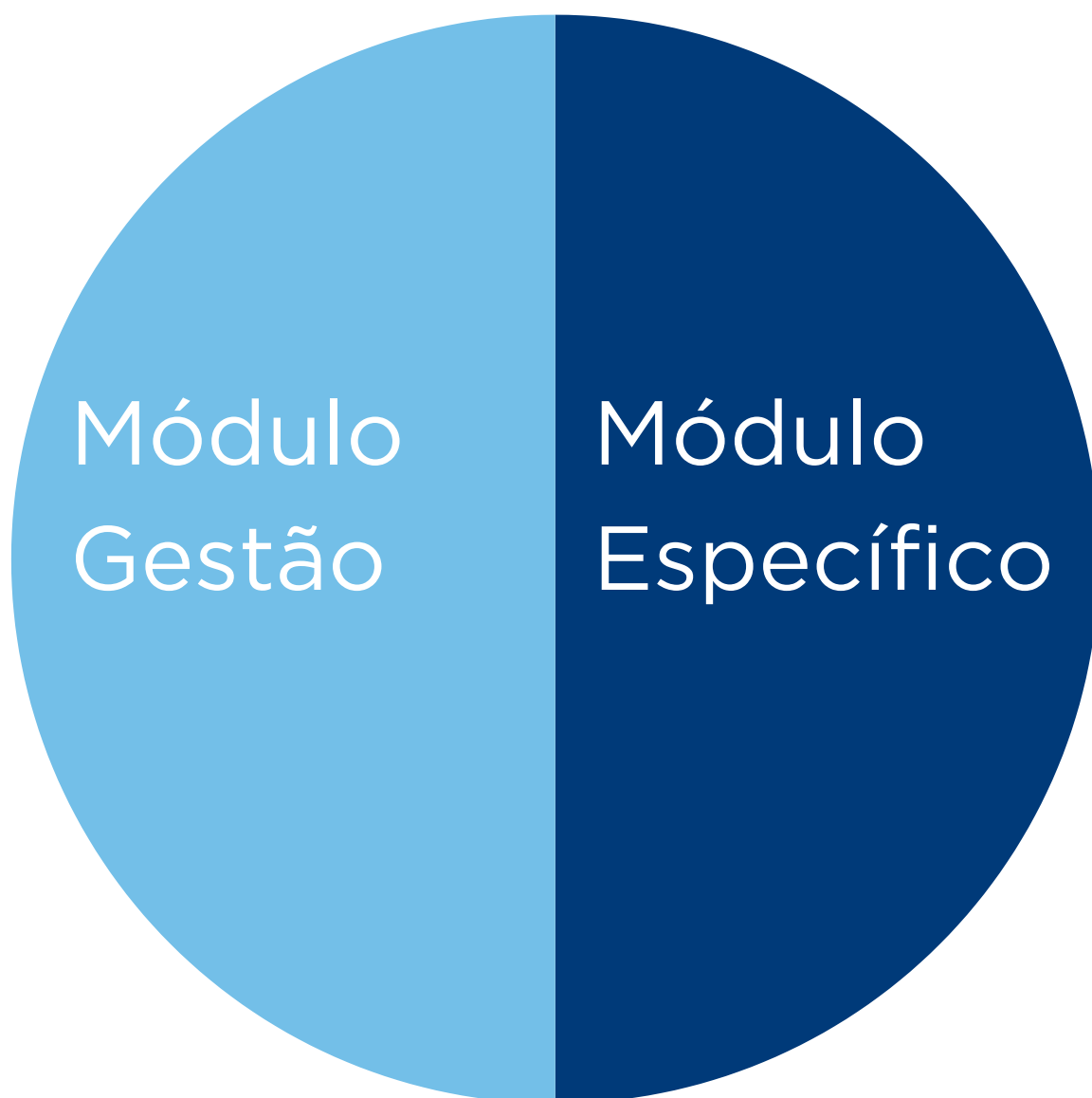
- A avaliação da aprendizagem tem papel fundamental no processo de reconstrução de conhecimento pelos/as estudantes e, por isso, cada disciplina tem um instrumento avaliativo diferente.
- As avaliações construídas pelos/as professores/as possuem questões que abordam a aplicabilidade dos conceitos trabalhados 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 Getúlio 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	Workshop de planejamento de vendas & marketing	24h
11	Administração de vendas	24h
12	Desenho e gestão integrada de canais de vendas	24h
13	E-commerce e internet das coisas	24h
14	Big data para vendas	24h
15	Mídias digitais e vendas	24h
16	Formação e administração de preços	24h
17	Workshop em sales analytics	24h
18	Workshop em formulação da política comercial	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**

## **Workshop de planejamento de vendas & marketing**

Composto de marketing. Fatores exógenos e endógenos que compõem o ambiente de marketing. Comportamento dos consumidores individuais e organizacionais.

Estratégias de segmentação e estratégias de posicionamento. Reconfiguração das políticas de marketing, vendas e relacionamento com os clientes tanto no ambiente tradicional quanto no ambiente digital.

## **Administração de vendas**

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

## **Desenho e gestão integrada de canais de vendas**

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

## **E-commerce e internet das coisas**

Internet e negócios. Multiplicação das operações one stop shop e uso da precificação dinâmica em larga escala. Paradigma da computação em nuvem como suporte à nova era do varejo. Conceitos, plataformas e estratégias de e-commerce. Tendências em e-commerce.

### **Big data para vendas**

Fundamentos de big data. Big data analytics para apoio à tomada de decisão. Aplicações do big data em vendas. Big data para recrutamento e seleção. Integração de dados off-line e on-line.

### **Mídias digitais e vendas**

Fundamentação sobre mídias digitais. Vendas digitais. Ferramentas mobile de ativação e relacionamento com clientes. Google Ads. Search engine optimization (SEO).

### **Formação e administração de preços**

Papel do preço na estratégia comercial. Ambiente de negócios. Estratégia competitiva e objetivos empresariais. Influência dos fatores mercadológicos sobre a decisão de preços. 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.

### **Workshop em sales analytics**

Sales analytics. Monitoramento de vendas. Sistemas analíticos de venda. Previsão de tendências e resultados de venda. Métricas de sales analytics. Relatórios e painéis de sales analytics. Gestão de equipes pelo processo de sales analytics.

### **Workshop em 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.

# 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



FGV

EDUCAÇÃO  
EXECUTIVA

---

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

---

