

### ***Administração Financeira***

A papel do administrador nas organizações, principais decisões na gestão de empresas ligadas à saúde, custo das fontes de financiamento, custo de capital próprio e de terceiros, indicadores de desempenho, gerenciamento da liquidez, modelos de geração de valor.

### ***Analytics & Business Intelligence***

Fundamentos da gestão de dados, arquitetura de soluções analíticas, métodos e técnicas voltadas para analytics e business intelligence. Ferramentas de analytics e business intelligence.

### ***Contabilidade Gerencial***

Contabilidade no processo decisório. Demonstrações financeiras e uso gerencial. Informações contábeis para decisões de investimento e financiamento. Indicadores financeiros. Origens e Aplicações de Recursos. Mutações Patrimoniais. Técnicas de controladoria e relatórios gerenciais como auxiliares do processo decisório.

### ***Customer Centricity***

Fundamentos de marketing de relacionamento: conceito, premissas e fatores críticos de sucesso. Relacionamento com os stakeholders estratégicos. Construção; percepção e inovação de valor. Satisfação x lealdade. Lealdade x rentabilidade. Dimensões da lealdade; Escala de lealdade. Cliente de maior valor (CMV) x clientes de maior potencial (CMP) x clientes de valor estratégico (CVE) x clientes migrantes x clientes below zero (BZ). Marketing de relacionamento e a construção da intimidade com o cliente: a busca do valor; proposta e posicionamento e percepção de valor. Filosofia do CRM - Gerenciamento do Relacionamento com o Cliente: conceito, fundamentos, fases, objetivos, benefícios e etapas para implementação. CRM B2B e B2C. CRM Social. Experiência do cliente. CX. Mapa da experiência.

### ***Desenvolvimento de Competências Gerenciais***

Competências Gerenciais; Percepção e Comunicação; Motivação; Liderança; Desenvolvimento de Equipes; Mudanças Organizacionais; Poder, Política e Conflito.

### ***Desenvolvimento de Competências Interculturais***

Conceitos e funções estratégicas da inteligência intercultural como fator de geração de lideranças no mundo do trabalho. O impacto desse novo conjunto de atributos na comunicação corporativa e suas implicações nos processos de construção de identidade e reputação. Técnicas e instrumentos para potencializar a inserção e o aprendizado intercultural numa organização. A Internacionalização em Casa (ensinamentos da Internationalization at Home - IaH) aplicada ao ambiente empresarial. Etiqueta internacional e comportamento corporativo. Inteligência intercultural como fator de competitividade local e global.

### ***Estratégia Empresarial e Competitividade***

Conceitos fundamentais de estratégia. Análise do ambiente organizacional e construção de cenários. O processo de construção de estratégias. Criação e manutenção da vantagem competitiva. Evolução do pensamento estratégico: do planejamento financeiro ao gerenciamento estratégico. Estratégia como prática.

### ***Estudos de Viabilidade Econômico - Financeiro***

Análise de projetos de investimento através da construção e avaliação do fluxo de caixa pelas metodologias do valor presente líquido; taxa interna de retorno; payback descontado; índice de lucratividade; risco e retorno. Tipos de investimentos. Análise das fontes de financiamento de longo prazo disponíveis para o crescimento da organização e o custo-benefício relativo à utilização de cada fonte de recursos (Funding). Relacionamento entre projetos de investimento. Metodologias de avaliação de projetos mutuamente excludentes. Decomposição do fluxo de caixa do projeto. Estrutura de capital. Economic value added - conceituação.

***Gestão de Custos e Formação de Preços***

Componentes de custo para a formação do preço de venda. Diferença entre custos e despesas. Custos fixos, variáveis, diretos e indiretos e o impacto na formação dos preços. Métodos de formação de preço (Margem de contribuição, Markup, Rateio de custo, Pesquisa de Preços, e Fórmula baseada no lucro). Análise do ponto de equilíbrio. Efeitos dos salários, tributos, provisões, encargos sociais e benefícios sobre custos e preços.

***Gestão de Negócios Digitais***

O consumidor no ambiente Phygital (físico e digital). Tecnologias de e-Commerce disponíveis no mercado. Modelos de loja para iniciar a operação, design e usabilidade no e-Commerce com foco na experiência do cliente. A nova jornada do consumidor, integração e análise entre canais on e off line. O Varejo phygital na prática e suas tecnologias. Chatbots, mensageria, marketing de influência e Community Commerce - varejo digital orientado ao criador de conteúdo. Varejo digital orientado a dados. Como isso impacta as marcas e os negócios.

***Gestão de Processos***

Conceitos fundamentais do Gerenciamento de Processos de Negócio (BPM - Business Process Management). A gestão de processos como diferencial competitivo. Tipos de Processos de Negócio: processos primários, processos de suporte e processos de gerenciamento. Hierarquia em processos. Notação BPMN. Gestão DE Processos versus Gestão POR processos. Foco no cliente versus foco do cliente. Inside out versus Outside in. Visão geral do ciclo de vida típico de BPM pelo BPM CBOOK. Jornada do cliente. Visão geral das tecnologias em processos.

***Gestão do Portfólio de Produtos e Marcas***

Gerência de produtos no contexto da empresa. Administrando produtos existentes. Os níveis básicos de um produto. Produtos de consumo e industriais. Serviços: especificidades e tipos. Administração do composto e linhas de produto. Ciclo de vida do produto. Análise do portfólio de produtos e marcas - matriz BCG. Matriz de crescimento produto-mercado. Acompanhamento da performance de produtos e eliminação de produtos. Desenvolvimento de novos produtos: administração de P&D na empresa; tipos de novos produtos; processo de desenvolvimento de novos produtos; seleção de características de novos produtos; teste de marketing; fase de comercialização; processo de adoção pelo consumidor; fracasso de novos produtos. Estratégia e gestão de marca: evolução, natureza e funções da marca no composto de marketing. Extensão de marca e de linha.

***Gestão Estratégica de Vendas***

Estimativa de potencial de mercado e de vendas. Avaliação de oportunidades de mercado: demanda primária potencial, curva de demanda agregada, demanda de mercado e demanda da empresa. Estimativa de potencial de mercado Natureza e importância da previsão de vendas. Fatores que influenciam o provável volume de vendas. Passos para previsão sistemática de vendas. Métodos de previsão de vendas (qualitativos e quantitativos). Relação entre previsão de vendas e orçamento de vendas. Estruturação da força de vendas: tipos e tamanho da força de vendas. Método de cálculo do número ótimo de vendedores. Desenvolvimento da força de vendas: formação da equipe de vendas (recrutamento e seleção); treinamento e carreira do vendedor; motivação da força de vendas; estratégias de remuneração da força de vendas. Administração de sistemas de incentivos. Estabelecimento de quotas de vendas. Avaliação da eficácia da força de vendas.

***Inovação e Modelagem de Negócios***

Apresentar e discutir conceitos de inovação (cultura, tipos, processos) e os modelos de gestão da inovação. Avaliar os impactos estratégicos da inovação no desempenho das firmas e suas aplicações nos modelos de negócios do mundo corporativo. Apresentar, discutir e simular técnicas de modelagem de negócios em diferentes contextos organizacionais. Apresentar diferentes padrões de modelos de negócios. Apresentar e discutir possíveis estratégias e abordagens para otimização de modelos de negócios.



## Especialização em MBA em Gestão Estratégica de Negócios

OFERTA 1, TURMA 1, MODALIDADE Assíncrono

### EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS

#### ***Inteligência de Mercado***

Gestão da informação e do conhecimento para fins estratégicos. Estratégia e inteligência competitiva. Orientação para o mercado e a necessidade de se entender o comportamento dos consumidores e dos concorrentes. Planejamento por cenários e inteligência competitiva. Monitoramento ambiental: fundamentos teóricos, técnicas e formas de implementação. Fontes de informação para a indústria e negócios. Informação sobre setores industriais. Diagnóstico industrial. Caracterização dos setores. Internet das Coisas, Big Data e Business Intelligence. Marketing de Dados. Construção de sistemas de inteligência competitiva. Aspectos éticos e de conduta. Contra inteligência.

#### ***Logística, Supply Chain e Omnichannel***

Visão Sistêmica em Logística e Cadeias de Suprimentos. Hierarquia de decisões em Logística e Cadeias de suprimentos. Papel estratégico de operações logísticas. Canais de distribuição. Omnichannel e integração de multicanais. Logística Reversa. Logística integrada. Indicadores logísticos. Custos logísticos. Logística e valor para o cliente.

#### ***Marketing Estratégico***

Conceito de Marketing; Evolução do Marketing; Utilização do Marketing na Gestão Estratégica; Marketing Online e Offline. Inbound x Outbound Marketing. Marketing de Conteúdo. Marketing 5.0; Identificação do Novo Consumidor; Novas configurações sociais; diferentes perfis Geracionais; Definição de persona; Mapa de empatia; Proposta de valor; Marketing de Propósito e Círculo de Ouro.

#### ***Planejamento e Gestão Tributária***

Conhecimento das questões legais que permitem à organização gerar economia tributária através do enquadramento ideal relativo aos tributos na esfera federal, estadual e municipal. Tributos: ICMS - legislação básica e operações especiais; IPI - legislação básica e operações especiais; PIS, COFINS; Imposto sobre Serviços - legislação básica e Imposto de Renda e Contribuição Social - legislação básica e operações especiais. Planejamento tributário via imposto de renda e planejamento tributário via impostos indiretos.

#### ***Políticas de ESG***

Os 3 pilares do ESG (Environmental, Social e Governance); Normas estabelecidas pelas empresas para incorporar os princípios, critérios e práticas de ESG; Políticas de inclusão nas empresas; ESG e a legislação; Cultura Organizacional; Estratégias de ESG.