

Proposta de Curso
Pós-Graduação *Lato Sensu*
LIVE

NOME DO CURSO

MBA em Gestão Empresarial

CARGA HORÁRIA

432 h/a

ESCOLA CERTIFICADORA

EBAPE

CÓDIGO DO CURSO

LMBAGE*20_01

Semana de Ambientação ao Curso						12 e 13/04/2021
Disciplinas	Carga Horária	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5
Disciplina 1	24h/aula	19/04/21	20/04/21	26/04/21	27/04/21	03/05/21
Avaliação presencial				P1 08/05/21	P2 28/05/21	VS 26/06/21
Disciplina 2	24h/aula	10/05/21	11/05/21	17/05/21	18/05/21	24/05/21
Avaliação presencial				P1 29/05/21	P2 18/06/21	VS 17/07/21
Disciplina 3	24h/aula	31/05/21	01/06/21	07/06/21	08/06/21	14/06/21
Avaliação presencial				P1 19/06/21	P2 09/07/21	VS 07/08/21
Disciplina 4	24h/aula	21/06/21	22/06/21	28/06/21	29/06/21	05/07/21
Avaliação presencial				P1 10/07/21	P2 30/07/21	VS 28/08/21
Disciplina 5	24h/aula	12/07/21	13/07/21	19/07/21	20/07/21	26/07/21
Avaliação presencial				P1 31/07/21	P2 20/08/21	VS 25/09/21
Disciplina 6	24h/aula	02/08/21	03/08/21	09/08/21	10/08/21	16/08/21
Avaliação presencial				P1 21/08/21	P2 17/09/21	VS 16/10/21
Disciplina 7	24h/aula	23/08/21	24/08/21	30/08/21	31/08/21	13/09/21
Avaliação presencial				P1 18/09/21	P2 08/10/21	VS 06/11/21
Disciplina 8	24h/aula	20/09/21	21/09/21	27/09/21	28/09/21	04/10/21
Avaliação presencial				P1 09/10/21	P2 12/11/21	VS 11/12/21
Disciplina 9	24h/aula	18/10/21	19/10/21	25/10/21	26/10/21	08/11/21
Avaliação presencial				P1 20/11/21	P2 03/12/21	VS 22/01/22
Disciplina 10	24h/aula	16/11/21	22/11/21	23/11/21	29/11/21	30/11/21
Avaliação presencial				P1 04/12/21	P2 14/01/22	VS 12/02/22
Disciplina 11	24h/aula	06/12/21	07/12/21	13/12/21	14/12/21	10/01/22
Avaliação presencial				P1 15/01/22	P2 04/02/22	VS 12/03/22
Recesso de Fim de Ano			de 18/12/2021 a 09/01/2022			
Disciplina 12	24h/aula	17/01/22	18/01/22	24/01/22	25/01/22	31/01/22

Avaliação presencial				P1	P2	VS
				05/02/22	25/02/22	02/04/22
Disciplina 13	24h/aula	07/02/22	08/02/22	14/02/22	15/02/22	21/02/22
Avaliação presencial				P1	P2	VS
				26/02/22	25/03/22	07/05/22
Recesso de Carnaval de 26/02/2022 a 06/03/2022						
Disciplina 14	24h/aula	07/03/22	08/03/22	14/03/22	15/03/22	21/03/22
Avaliação presencial				P1	P2	VS
				26/03/22	29/04/22	21/05/22
Disciplina 15	24h/aula	28/03/22	29/03/22	04/04/22	05/04/22	11/04/22
Avaliação presencial				P1	P2	VS
				30/04/22	13/05/22	11/06/22
Disciplina 16	24h/aula	27/04/22	28/04/22	04/05/2022	05/05/22	11/05/22
Avaliação presencial				P1	P2	VS
				14/05/22	03/06/22	02/07/22
Disciplina 17	24h/aula	18/05/22	19/05/22	25/05/22	26/05/22	01/06/22
Avaliação presencial				P1	P2	VS
				04/06/22	24/06/22	16/07/22
Disciplina 18	24h/aula	06/06/22	07/06/22	13/06/22	14/06/22	20/06/22
Avaliação presencial				P1	P2	VS
				25/06/22	08/07/22	06/08/22

Observações:

Durante a pandemia do Covid-19, as provas presenciais foram substituídas por atividades a serem entregues dentro do Ambiente on-line, onde a data de entrega será divulgada pelo docente de cada disciplina.

Após o término da pandemia, divulgaremos um novo calendário com as datas das provas presenciais que ocorrerão às sextas (P2) e aos sábados (P1 e VS).

As aulas são transmitidas ao vivo, na plataforma Zoom. Fique atento à área de notícias das disciplinas.

SOBRE O CURSO

O desenvolvimento de estratégias para um negócio requer conhecimento variado e multidisciplinar. O MBA em Gestão Empresarial Live proporcionará o desenvolvimento de várias competências, como liderança, estratégia, capacidade de planejamento e tomada de decisões importantes para a empresa.

Você irá adquirir:

- Visão holística e estratégica das atividades empresariais, com foco na criação de valor para a empresa
- Conhecimentos técnicos e habilidades para tornar-se gestor líder em sua empresa e/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
- Raciocínio analítico e capacidade de trabalhar em equipe e tomar decisões
- Habilidades pessoais de comunicação e planejamento.

PÚBLICO ALVO

O MBA em Gestão Empresarial é recomendado para profissionais que:

- Desejam alcançar cargos executivos e precisam aprofundar seus conhecimentos em Administração de Empresas
- Sentem necessidade de se reciclar
- Precisam alcançar novo nível de formação acadêmica.

METODOLOGIA

Os cursos do Programa MBA LIVE 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 alunos.

As aulas, mediadas remotamente por ferramentas de videoconferência, são planejadas sob a égide das metodologias ativas, com a aplicação de diferentes estratégias de

aprendizagem. Os alunos contam com o suporte de um ambiente virtual de aprendizagem, o eClass, no 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.

As atividades práticas são desenvolvidas com o apoio de estudos de caso, jogos de negócios e situações que permitam aos alunos simularem a vivência de experiências desafiadoras, encorajando-os a aplicarem os seus conhecimentos na resolução dos desafios propostos.

AVALIAÇÃO

A avaliação da aprendizagem tem um papel fundamental no processo de reconstrução de conhecimento pelos alunos e, por isso, cada disciplina tem um instrumento avaliativo diferente. As avaliações construídas pelos professores possuem questões que abordam a aplicabilidade dos conceitos trabalhados em sala a contextos empresariais. Os instrumentos de avaliação utilizados visam não só apoiar o diagnóstico do aprendizado mas também servir como ferramentas de reflexão quanto à prática dos conceitos, a fim de capacitar os alunos a tomarem melhores decisões como executivos.

PRÉ-REQUISITO

Pré-requisitos:

Tempo mínimo de conclusão da graduação: 2 anos*

**Maior experiência profissional pode reduzir a necessidade do tempo mínimo de formado.*

Tempo mínimo de experiência profissional: 2 anos**.

***O tempo mínimo pode ser maior, dependendo do curso e da coordenação local.*

DISCIPLINA ISENTA DE PROVA

SÍNTESE DA ESTRUTURA CURRICULAR		
NOME	CÓDIGO	CH
Gestão de Pessoas na Sociedade do Conhecimento	L_GP24*15-24	24 h/a
Negociação e Administração de Conflitos	L_NAC24*18-24	24 h/a
Gestão de Projetos	L_GE*GEP12-24	24 h/a
Gestão Estratégica	L_GE*GE12-24	24 h/a
Economia Empresarial	L_GE*EE12-24	24 h/a
Matemática Financeira	L_GE*MF12-24	24 h/a
Gestão Contábil Financeira	L_GE*GCF12-24	24 h/a
Marketing	L_GE*M12-24	24 h/a
Jogo de Negócios	L_GE*JN12X-24	24 h/a
Gestão Estratégica da Tecnologia da Informação	L_GE*GETI12-24	24 h/a
Finanças Corporativas	L_GE*FC12-24	24 h/a
Direito do consumidor	L_GE*DC12X-24	24 h/a
Gestão da Qualidade e Processos	L_GE*GQP12-24	24 h/a
Inovação nas organizações	L_GE*IO12X-24	24 h/a
Gestão de Vendas	L_GE*GV12X-24	24 h/a
Gestão Integrada de Custo e Orçamento	L_GE*GICO12X-24	24 h/a
Empreendedorismo	L_TE*GP24*12-24	24 h/a
Plano de Negócios	L_GE*PN12X-24	24 h/a

ESTRUTURA CURRICULAR

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
1. Gestão de Pessoas na Sociedade do Conhecimento	24 h/a

Área	Subárea
Pessoas	Fundamentos da Gestão de Pessoas

Ementa

Condicionantes externos e as mudanças organizacionais. Tendências da gestão organizacional contemporânea. Alinhamento dos interesses corporativos e individuais. Comportamento humano na organização.

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Condicionantes externos e as mudanças organizacionais 1.1. Características da sociedade do conhecimento 1.2. Globalização e hipercompetição 1.3. Escassez de recursos e pressões por produtividade 1.4. Mudanças políticas, econômicas, sociais e tecnológicas: reflexos sobre as organizações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Listar as principais características da sociedade do conhecimento; ▪ Identificar os impactos do novo paradigma nas organizações e na gestão organizacional.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Tendências da gestão organizacional contemporânea 2.1. Valores do modelo industrial de gestão 2.2. Práticas tradicionais da gestão organizacional 2.3. Valores do modelo pós-industrial 2.4. Novas relações de trabalho: <i>home office</i> , teletrabalho e <i>crowdsourcing</i> 2.5. Estratégias envolvendo processos de impatriação e expatriação de funcionários	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar evolução dos valores e práticas organizacionais através do tempo; ▪ Reconhecer as novas relações de trabalho; ▪ Listar estratégias para impatriação e expatriação de funcionários.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
3. Alinhamento dos interesses corporativos e individuais 3.1 Diferenças inter-geracionais: atitudes e valores 3.2 Estratégias para integração das gerações 3.3 Competências necessárias ao profissional do séc. XXI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relacionar competências corporativas e individuais necessárias nessa nova era do conhecimento; ▪ Diferenciar atitudes e valores geracionais; ▪ Reconhecer estratégias para integração das gerações.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4. Comportamento humano na organização 4.1 Liderança, motivação e comprometimento 4.2 Comunicação interpessoal assertiva 4.3 Necessidades interpessoais, sentimentos e comportamentos 4.4 Construção da parceria Líder X Liderado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Destacar a relevância da gestão das variáveis sócio emocionais objetivando a sustentação da motivação e, por decorrência, do comprometimento das pessoas com o negócio; ▪ Desenvolver ações mais aderentes à construção de ambientes organizacionais lastreados na lógica da gestão participativa; ▪ Oferecer respostas mais assertivas às necessidades de seu grupo de profissionais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- PARADELA, Victor Claudio et al. **Gestão de Pessoas na Sociedade do Conhecimento**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2016.
- Schein, Edgar. **Cultura Organizacional e Liderança**. São Paulo. Atlas, 2009.
- BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: práticas atuais sobre o RH estratégico**. São Paulo: Atlas, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- DAVEL, Eduardo, VERGARA, Sylvia C. (orgs). **Gestão com Pessoas e subjetividade**. São Paulo: Atlas, 2013.
- LE BOTERF, Guy. **Desenvolvendo a competência dos profissionais**. Porto Alegre: Artmed, 2003.
- MOSCOVICI, Fela. **Desenvolvimento Interpessoal**. São Paulo: José Olympio, 2013.
- BITENCOURT, Claudia (org.). **Gestão contemporânea de pessoas**. São Paulo: Bookman, 2010.
- MINTZBERG, Henry. **Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
2. Negociação e Administração de Conflitos	24 h/a

Área	Subárea
Gestão	Negociação

Ementa

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

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Negociação: Aspectos conceituais 1.1 Características do bom negociador 1.2 Estrutura e abordagens de negociação 1.3 Objetivos da negociação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conceituar negociação, diferenciando-a de outros modos de solução de conflitos; ▪ Identificar os conceitos fundamentais de negociação; ▪ Definir o processo da negociação; ▪ Reconhecer a importância da negociação e de sua aplicação nas diversas interações humanas; ▪ Identificar estratégias, modelos e tipos de negociação.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Negociação: Aspectos relacionais 2.1 Hierarquia e status 2.2 Condicionantes culturais 2.3 Modelos de estilos e comportamento dos negociadores 2.4 Consenso e relacionamentos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar a importância e a influência dos aspectos relacionais na condução e nos resultados da negociação; ▪ Analisar os impactos da emoção e da percepção na condução da negociação; ▪ Reconhecer ações que favorecem os aspectos relacionais da negociação referentes à comunicação, ao comportamento ético e à geração de confiança.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
3. Negociação: Aspectos substantivos 3.1 Tangíveis e intangíveis 3.2 Objeto substantivo 3.3 Metas e resultados reais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar a importância e a influência dos aspectos substantivos na condução e nos resultados da negociação;

<p>3.4 Risco e incerteza</p> <p>3.5 Qualidade e acordo de níveis de serviço</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar os impactos da análise racional e da avaliação na condução da negociação; ▪ Reconhecer ações que favorecem os aspectos substantivos da negociação relativos ao planejamento, à definição de objetivos e estratégias e à condução das etapas da negociação.
---	--

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>4. Negociação: Aspectos processuais de execução</p> <p>4.1 Estratégia e estilo do negociador;</p> <p>4.2 Desenvolvimento da negociação;</p> <p>4.3 Encerramento e implementação do acordo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar os processos persuasivos e suas bases; ▪ Identificar os estilos de negociadores e as estratégias que cada estilo costuma adotar; ▪ Analisar as características dos negociadores e identificar a forma mais adequada de conduzir o processo de negociação; ▪ Aplicar técnicas e ferramentas de negociação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CARVALHAL, Eugenio et al. **Negociação e administração de conflitos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014.
- DUZERT, Yann et al. **Método de Negociação**. Rio de Janeiro: Atlas, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BAZERMAN, Max. **Processo Decisório**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- STONE, Douglas et al. **Conversas difíceis**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2012.
- THOMPSON, Leigh. **O negociador**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice, 2009.

DISCIPLINA

3. Gestão de Projetos

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Gerenciamento de Projetos

Subárea

Fundamentos

Ementa

Fundamentos de gerenciamento de projetos. Evolução dos Conceitos. PMI - PMBOK. As certificações em gerenciamento de projetos. Técnicas e ferramentas para gerenciamento. Elaboração de project charter. Criação de EAP - WBS (work breakdown structure). Diagrama de Gantt. Sequenciamento de Atividades e o método do caminho crítico (CPM). Análise, interpretação e resposta aos riscos do projeto. Cronogramas físico-financeiro e o controle do projeto. Plano de Ação. Indicadores de desempenho e o Earned Value (valor agregado).

Conteúdo programático mínimo

Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Histórico e evolução da gerência de projetos 1.1 Características de um projeto 1.2 Conceito e definição de projeto 1.3 Fatores de sucesso	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir projeto, programa e portfólio. ▪ Reconhecer a evolução da disciplina ao longo da história. ▪ Identificar as características básicas de um projeto. ▪ Discutir os critérios de sucesso de um projeto.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Estruturas organizacionais para gerenciamento 2.1 Funcional 2.2 Matricial 2.3 Projetizada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer a importância e o impacto de cada tipo de estrutura para o gerenciamento de projetos. ▪ Diferenciar as estruturas segundo suas características e grau de autoridade do gerente de projetos.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
3. Grupos de processos de gerenciamento e ciclo de vida do projeto 3.1 Iniciação 3.2 Planejamento 3.3 Execução 3.4 Controle 3.5 Finalização	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diferenciar grupos de processo e ciclo de vida de projetos. ▪ Identificar a finalidade de cada grupo de processo e sua relação entre si. ▪ Analisar os ciclos de vida de projeto e sua influência no gerenciamento. ▪ Relacionar os processos de gerenciamento de projeto com cada grupo de processo.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>4. Áreas de Conhecimento em Gerência de Projetos segundo PMBOK</p> <p>4.1 Escopo 4.2 Tempo 4.3 Custos 4.4 Qualidade 4.5 Comunicação 4.6 Recursos 4.7 Riscos 4.8 Stakeholders 4.9 Aquisições 4.10 Integração</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer as áreas de conhecimento segundo PMBOK. ▪ Relacionar as áreas de conhecimento e os processos associados. ▪ Desenvolver o Project Charter e Plano de projeto.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Project Management Body of Knowledge (PMBOK)** 6th ed. Newton Square: Project Management Institute, 2017.
- VALLE, A.; SOARES, C.A.; FINOCCHIO, J.; SILVA, L. **Fundamentos do Gerenciamento de Projetos** - 4^a edição. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BARCAUI, André. **Gerente também é Gente: Um Romance sobre Gerência de Projetos**. Rio de Janeiro. Ed Brasport, 2006.
- MEREDITH, Jack R, MANTEL, Samuel J. **Administração de Projetos**. Rio de Janeiro, LTC, 4^a edição, 2003.

DISCIPLINA

4. Gestão Estratégica

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Gestão

Subárea

Estratégia

Ementa

A evolução do pensamento estratégico. Administração estratégica e alinhamento. Referenciais estratégicos. Análise do ambiente interno e externo. A formulação da estratégia competitiva. Objetivos estratégicos. O *balanced scorecard* (BSC).

Conteúdo programático mínimo

Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>1. Evolução do pensamento estratégico</p> <p>1.1 O que é estratégia;</p> <p>1.2 As escolas do pensamento estratégico;</p> <p>2. A administração estratégica e o alinhamento</p> <p>2.1 Administração estratégica</p> <p>2.2 Gestão estratégica</p> <p>2.3 Governança corporativa</p> <p>3. Referenciais estratégicos</p> <p>3.1 Definições dos referenciais estratégico;</p> <p>3.2 A definição do negócio da organização</p> <p>3.3 A elaboração da visão de futuro</p> <p>3.4 Missão: o propósito da existência da organização</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conceituar estratégia e identificar suas principais abordagens; ▪ Descrever a aplicação da estratégia no contexto organizacional; ▪ Definir os referenciais estratégicos de uma organização.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>4. Análise do ambiente externo</p> <p>4.1 Cenários e análise do ambiente geral</p> <p>4.2 Oportunidades e ameaças</p> <p>4.3 A análise da indústria</p> <p>4.4 Modelo das cinco forças competitivas</p> <p>5. Análise do ambiente interno</p> <p>5.1 O quadro geral da análise do ambiente interno</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizar ferramentas de análise do ambiente; ▪ Identificar oportunidades e ameaças do ambiente e pontos fortes e fracos da empresa; ▪ Decidir sobre a postura estratégica a ser adotada pela organização.

5.2 Recursos, capacidades e competências essenciais	
5.3 Competências essenciais	
5.4 Diagnóstico das forças e fraquezas	
5.5 Fatores críticos de sucesso	
5.6 A matriz SWOT e a avaliação estratégica	

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
6. A formulação da estratégia competitiva 6.1 A matriz de <i>Ansoff</i> 6.2 O modelo Porter das estratégias genéricas 6.3 O posicionamento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> Avaliar as alternativas estratégicas de crescimento e competição, identificando as alternativas mais adequadas em um determinado contexto organizacional.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
7. Objetivos estratégicos 7.1 Definição de objetivos 7.2 Conteúdo dos objetivos 8. O <i>Balanced Scorecard</i> (BSC) 8.1 Conceitos do modelo 8.2 As perspectivas do BSC 8.3 A construção do BSC	<ul style="list-style-type: none"> Definir objetivos empresariais com características adequadas a sua aplicação em um determinado contexto organizacional. Estruturar um mapa estratégico básico para uma organização, de acordo com o modelo de <i>Balanced Scorecard</i>.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- KAPLAN, Robert; NORTON, David. **A Estratégia em Ação: *Balanced Scorecard***. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- LOBATO, David Menezes et al. **Gestão Estratégica**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ANSOFF, Igor. **A nova estratégia empresarial**. São Paulo: Atlas, 2001.
- GHEMAWAT, Pankaj. **A estratégia e o cenário de negócios**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- HITT, MICHAEL et al. **Administração estratégica**. São Paulo: Pioneira, 2007.
- KIM, Chan; MAUBORGNE, Renée. **A Estratégia do Oceano Azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante**. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

- PORTER, Michel. **Estratégia Competitiva** – Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- RUMELT, Richard. **Estratégia Boa, Estratégia Ruim**. Rio de Janeiro. Elsevier. 2011.
- WHITTINGTON, Richard et al. **Fundamentos de Estratégia**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2009.

DISCIPLINA

5. Economia Empresarial

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Economia

Subárea

Fundamentos de Economia

Ementa

A teoria da oferta e da demanda. Os mercados competitivos e não competitivos. A mensuração da atividade econômica pela ótica da produção e dos preços. As políticas monetária e fiscal e estabilização da economia.

Conteúdo programático mínimo

Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>1. A teoria da demanda e da oferta</p> <p>1.1 O comportamento da demanda</p> <p>1.2 Os deslocamentos da curva de demanda</p> <p>1.3 A teoria da oferta</p> <p>1.4 Elasticidade: as sensibilidades medidas</p> <p>1.5 Demanda: a elasticidade preço e renda</p> <p>1.6 Oferta: a elasticidade preço</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar o ambiente econômico e os principais atores microeconômicos; ▪ Reconhecer a teoria da oferta e demanda; ▪ Descrever os conceitos de elasticidade preço e renda.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>2. Os mercados competitivos e não competitivos</p> <p>2.1 A maximização do lucro</p> <p>2.2 A competição perfeita</p> <p>2.3 Lucro econômico versus lucro contábil</p> <p>2.4 O monopólio e os oligopólios</p> <p>2.5 Blocos econômicos</p> <p>2.6 Mercados decorrentes do avanço da tecnologia da informação</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer o conceito de maximização do lucro; ▪ Diferenciar os mercados competitivos e não competitivos; ▪ Caracterizar lucro econômico e contábil; ▪ Explicar as ineficiências oriundas dos mercados pouco competitivos.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>3. A mensuração da atividade econômica: produção e preços</p> <p>3.1 Estimativa do PIB</p> <p>3.2 Produção, renda e valor agregado</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer o ambiente econômico e identificar os principais atores macroeconômicos; ▪ Explicar o conceito de PIB e PIB potencial; ▪ Resumir o conceito de inflação.

3.3 Ciclo de negócios e crescimento potencial	
3.4 Investimento e crescimento do PIB potencial	
3.5 Inflação e índices de preços	

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4. As políticas monetárias e fiscal e o balanço de pagamentos 4.1 Banco Central e a geração da moeda 4.2 Política monetária e o regime de metas de inflação 4.3 Política fiscal 4.4 Déficit público e dívida pública 4.5 Balanço de pagamentos 4.6 O mercado cambial 4.7 A política cambial e os regimes de taxa fixa e flutuante	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer os impactos das políticas monetária, fiscal e cambial na estabilização da economia e seus efeitos sobre os mercados e empresas; ▪ Explicar o regime de metas de inflação; ▪ Diferenciar dívida e déficit público; ▪ Definir o que é balanço de pagamentos e reconhecer as transações na conta corrente e de capital; ▪ Definir mercado cambial e reconhecer os impactos da política cambial.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ROTH, Alvin. Como Funcionam os Mercados: a nova economia das combinações e escolhas. São Paulo: Portfolio Penguin, 2016.
- GONÇALVES, Antônio Carlos Porto et al. **Economia empresarial**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV. 2012.
- MANKIW, N. Gregory. **Introdução à economia**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- KRUGMAN, P.; WELLS, R. **Introdução à economia**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- MANKIW, G. **Introdução à economia**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DISCIPLINA
6. Matemática Financeira
CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Finanças

Subárea

Matemática Financeira

Ementa

Relações fundamentais e taxa de juros. Regime de juros simples e de juros compostos. Séries Uniformes de pagamento. Sistemas de amortização de dívidas. Desconto de títulos e duplicatas. VPL e TIR.

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Relação fundamental e taxa de juros 1.1 Representação gráfica de um fluxo de caixa 1.2 Capital, juros e montante 1.3 Relação de equivalência de capitais para um período 2. Regime de juros simples 2.1 Conceito e utilização 2.2 Cálculo do montante, número de períodos, taxa de juros 2.3 Taxas de juros equivalentes simples 2.4 Equivalência de capitais em juros simples 3. Regime de juros compostos 3.1 Conceito e utilização 3.2 Cálculo do montante, número de períodos, taxa de juros 3.3 Taxa de juros equivalentes compostas 3.4 Transformação entre taxas nominais e taxas efetivas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar os conceitos básicos dos cálculos financeiros; ▪ Calcular operações financeiras em diferentes regimes de capitalização.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4. Séries uniformes 4.1 Conceitos e utilização 4.2 Cálculo do valor presente e valor futuro 4.3 Anuidades e perpetuidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar e classificar séries de pagamentos; ▪ Calcular valor presente e valor futuro de séries de pagamentos uniformes e não uniformes.

4.4 Séries uniformes e não uniformes	
--------------------------------------	--

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
5. Sistema de amortização 5.1 Conceito e utilização 5.2 Sistema <i>Price</i> 5.3 Sistema SAC 5.4 Sistema Americano 6. Descontos 6.1 Conceito e utilização 6.2 Desconto simples 6.3 Desconto composto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar sistemas de amortização; ▪ Calcular os desembolsos para pagamento de dívidas em diferentes sistemas de amortização; ▪ Calcular desconto de pagamentos futuros em diferentes sistemas.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
7. Introdução aos conceitos de VPL e TIR 7.1 VPL: aplicações básicas 7.2 TIR: aplicações básicas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizar os conceitos de VPL e TIR para avaliação de projetos de investimento.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BOGGISS, George Joseph et al. **Matemática Financeira**. 11. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- JUER, Milton. **Praticando e Aplicando Matemática Financeira**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.
- PUCCINNI, Abelardo e Lima. **Matemática financeira**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
- SILVA, André Luiz Carvalhal. **Matemática financeira aplicada**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DISCIPLINA

7. Gestão Contábil Financeira

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Contabilidade e Auditoria

Subárea

Contabilidade Financeira

Ementa

Fundamentos da Contabilidade. Demonstrações Contábeis de acordo com a Lei das S/A: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado, Mutações do Patrimônio Líquido, Demonstração do Fluxo de Caixa e Demonstração do Valor Adicionado. Participações Societárias e variações do Patrimônio Líquido. Situação financeira x situação econômica. Critérios de análise econômico-financeira. Análise vertical, horizontal e indicadores de liquidez, endividamento. Lucratividade e rentabilidade.

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. A contabilidade e o sistema de informação contábil 1.1 Origem da contabilidade 1.2 Usuários das informações contábeis 1.3 A informação contábil 1.4 Objetivos da contabilidade 1.5 Limitações da contabilidade 1.6 A contabilidade financeira e a contabilidade gerencial 1.7 Estrutura conceitual para apresentação das demonstrações contábeis 1.8 Pressupostos básicos 1.9 Limitações na relevância e na confiabilidade das informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar a função da contabilidade financeira na organização; ▪ Diferenciar contabilidade financeira de contabilidade gerencial; ▪ Reconhecer os pressupostos básicos e suas limitações.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Estrutura das Demonstrações Contábeis 2.1 Conceito de demonstrações contábeis de propósito geral 2.2 Balanço patrimonial 2.3 Demonstração do resultado do exercício	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer e estruturar as principais demonstrações contábeis.

<p>2.4 Demonstração do resultado abrangente total</p> <p>2.5 Demonstração dos fluxos de caixa</p> <p>2.6 Demonstração das mutações do patrimônio líquido</p> <p>2.7 Demonstração do valor adicionado</p> <p>2.8 Notas explicativas</p> <p>2.9 Relatório da administração</p> <p>2.10 Relatório dos auditores independentes</p>	
--	--

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>3. Elaboração das demonstrações contábeis</p> <p>3.1 Método das partidas dobradas</p> <p>3.2 Regime de caixa e regime de competência</p> <p>3.3 Elaboração das demonstrações a partir de transações que não envolvem contas de resultados</p> <p>3.4 Elaboração das demonstrações a partir de transações que envolvem inclusive contas de resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diferenciar regime de caixa e de competência; ▪ Elaborar as seguintes demonstrações contábeis: DRE, BP, Fluxo de Caixa, DMPL e DVA.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>4. Análise econômico-financeira</p> <p>4.1 Objetivos da análise econômico-financeira</p> <p>4.2 Análise vertical</p> <p>4.3 Análise horizontal</p> <p>4.4 Análise por indicadores</p> <p>4.5 Elaboração do relatório</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar a saúde econômico-financeira de uma empresa através das análises vertical, horizontal e de indicadores.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LIMEIRA, André Luiz Fernandes et al. **Gestão Contábil financeira**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DISCIPLINA

8.Marketing

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Marketing

Subárea

Fundamentos de Marketing

Ementa

Conceitos e definições básicas de Marketing. Comportamento do consumidor. Segmentação e posicionamento de mercado. Mix de Marketing frente ao mercado: produto, preço, distribuição e comunicação. Influência da tecnologia nas estratégias de Marketing. Tendências de Marketing: Marketing Digital e Métricas de Marketing.

Conteúdo programático mínimo

Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>1. Conceitos e definições básicas de Marketing</p> <p>1.1 O escopo, conceitos e papéis do Marketing nas empresas</p> <p>1.2 Orientação da empresa para o mercado</p> <p>1.3 Análise do ambiente de Marketing em diferentes tipos de empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender o que é Marketing, assim como o seu papel em diferentes tipos de organizações. ▪ Reconhecer as orientações com as quais as empresas podem conduzir suas ações de Marketing. ▪ Analisar o macro e o microambiente de Marketing.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>2. Comportamento do Consumidor</p> <p>2.1 Conceitos sobre o comportamento do consumidor</p> <p>2.2 Processo de decisão de compra</p> <p>3. Segmentação e Posicionamento do mercado</p> <p>3.1 Níveis de segmentação do mercado</p> <p>3.2 Padrões e procedimentos para a segmentação dos mercados</p> <p>3.3 Diferenciação da oferta ao mercado</p> <p>3.4 Posicionamento da oferta ao mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender os principais conceitos sobre o comportamento do consumidor e o seu processo de decisão de compra; ▪ Identificar os níveis, padrões e procedimentos de segmentação do mercado; ▪ Reconhecer as ferramentas de diferenciação; ▪ Desenvolver estratégias de posicionamento.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4. Mix de Marketing frente ao mercado 4.1 Estratégias de produto e marca 4.2 Estratégias de preço 4.3 Estratégias de distribuição 4.4 Estratégias de comunicação integrada.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolver estratégias de produto, marca, preço, distribuição e comunicação integrada; ▪ Implementar e controlar as estratégias do composto de Marketing.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
5. Influência da tecnologia nas estratégias de ciclo de vida da adoção da tecnologia 6. Tendências de Marketing 6.1 Marketing Digital 6.2 Mídias Sociais 6.3 Métricas de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer o ciclo de vida da adoção da tecnologia; ▪ Identificar as tendências de Marketing e descrever as ações nas mídias sociais e estratégias do Marketing Digital; ▪ Compreender formas para mensurar ações de marketing.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LIMA, M. *et alli*. **Marketing**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing com mymarketinglab**. 14. ed. São Paulo: Pearson *Education do Brasil*, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BAKER, Michael J. **Administração de Marketing**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2010.
- CHURCHILL JR, Gilbert; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.
- DIAS, Sergio Roberto et al. **Gestão de Marketing**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.
- FARRIS, P. W. et al. **Métricas de marketing: o guia definitivo de avaliação do desempenho do marketing**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- HOOLEY, Graham J. et al. **Estratégia de Marketing e posicionamento competitivo**. São Paulo: Prentice Hall, 2009.
- KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2013.
- NASCIMENTO, Augusto; LAUTERBORN, Robert. **Os 4 Es de Marketing e Branding**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2007.
- RIES, Al; TROUT, Jack. **Marketing de Guerra**. São Paulo: M.Books, 2006.

DISCIPLINA

9. Jogo de Negócios

CARGA HORÁRIA

24 h/a (carga horária fixa)

Área

Metodologias e Ferramentas

Subárea

Jogos de Negócios

Ementa

Aplicações dos conhecimentos aprendidos ao longo do curso em atividades que simulem situações reais do cotidiano da atividade empresarial. Decisões de estratégia, de marketing e os aspectos comerciais. Decisões relativas aos aspectos operacionais e da gestão de pessoas. Decisões no âmbito da gestão econômico-financeira.

- Entender o mecanismo de uma empresa
- Tomar decisões no papel de diretor
- Trabalhar em equipe
- Definir metas
- Analisar o resultado das decisões tomadas e fazer ajustes constantes.

Conteúdo programático mínimo

Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Contextualização e diagnóstico estratégico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar as ferramentas de diagnóstico empresarial absorvidas ao longo da realização do Módulo Básico; ▪ Entender o mecanismo de uma empresa; ▪ Desenvolver a competência de trabalho em equipe.
1.1 O papel da Visão e da Missão no contexto empresarial e no ciclo de planejamento estratégico	
1.2 Aplicação dos conceitos à empresa gerenciada pela equipe	
1.3 Identificação das ameaças e oportunidades	
1.4 Identificando pontos fortes e fracos no ambiente interno da organização	
1.5 Mapeamento dos fatores críticos de sucesso	
1.6 Análise SWOT e a elaboração das estratégias	

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Construção de estratégias empresariais	
2.1 Identificando e elaborando estratégias empresariais	
2.2 As implicações das escolhas estratégicas para a organização	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolver a competência de tomada de decisão na atribuição executiva nas áreas de operações, finanças, marketing e recursos humanos;
2.3 Análise de tendências e elaboração de cenários	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar os modelos teóricos de desenvolvimento de estratégias.
2.4 Conectando as estratégias de negócio: a obtenção das sinergias entre as áreas das organizações	

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
3. Definição de objetivos e planos de ação	
3.1 Contextualizando objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir metas
3.2 Relacionado objetivos às estratégias	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolver a capacidade de implementação de objetivos e diretrizes através de tomada de decisões operacionais, de investimento e de negociação.
3.3 A estratégia em ação: colocando os Planos de Ação e Projetos para funcionar	

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4. Análise de resultados	
4.1 Identificação das estratégias emergentes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolver a capacidade de identificação de lições aprendidas;
4.2 Reflexão das decisões tomadas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstrar a importância de implantação de melhoria contínua.
4.3 Processo de aprendizado para mudanças futuras	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Como bibliografia desta disciplina, podem ser considerados os títulos indicados nas disciplinas constantes no Módulo Básico, uma vez que a disciplina de Jogos de Negócios visa congrega o arcabouço teórico de gestão empresarial aplicado em um cenário simulado.

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
10. Gestão Estratégica da Tecnologia da Informação	24 h/a

Área	Subárea
Tecnologia da Informação	Gestão da Informação

Ementa

TI nas organizações: estratégia e conceitos. Tendências em tecnologia da informação. Planejamento e estratégia de TI. O impacto da tecnologia nos modelos de competitividade. Infraestrutura de TI. Aplicações nas organizações: Sistemas de Informação, *Enterprise Resource Planning (ERP)*, *Customer Relationship Management (CRM)*, *Business Intelligence (BI)*. Governança de TI.

Conteúdo programático mínimo Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. TI nas organizações: estratégia e conceitos 1.1 A importância da TI para as várias indústrias e atividades 1.2 A importância da TI para a orientação a processos 1.3 A importância da TI para a competição empresarial 1.4 As estratégias associadas à TI 2. Tendências em tecnologia da informação 2.1 Integração da tecnologia da informação e telecomunicações 3. Planejamento e estratégia de TI 3.1 Papel da tecnologia da informação 3.2 Redesenho de processos e inovação 3.3 Aplicação da TI na cadeia de valor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar as principais tendências que afetam a gestão de TI; ▪ Avaliar a aplicação da TI para aumento de competitividade em um determinado contexto organizacional.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4. O impacto da tecnologia nos modelos de competitividade 4.1 Diferenciação, liderança de custos e enfoque 4.2 Alinhamento da TI à estratégia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar as ações necessárias para o alinhamento estratégico da TI; ▪ Tomar decisões de baixa complexidade relativas à infraestrutura de TI.

<p>5. Infraestrutura de TI</p> <p>5.1 Sistemas e redes</p> <p>5.2 Armazenamento de dados</p> <p>5.3 Segurança da informação</p>	
--	--

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>6. Aplicações nas Organizações: Sistemas de Informação, <i>Enterprise Resource Planning</i> (ERP)</p> <p>6.1 Principais tipos de sistemas de informação</p> <p>6.2 ERP: características, oportunidades e desafios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avaliar a aplicação de sistemas de informação, especialmente sistemas de tomada de decisão gerencial, a um determinado contexto organizacional.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>7. Aplicações nas Organizações: <i>Customer Relationship Management</i> (CRM), <i>Business Intelligence</i> (BI)</p> <p>7.1 CRM: a gestão do relacionamento com os clientes</p> <p>7.2 Fidelização de clientes</p> <p>7.3 BI: acompanhamento do mercado</p> <p>7.4 Características do BI</p> <p>8. Governança em TI</p> <p>8.1 Modelos de gestão de sistemas de TI</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avaliar a aplicação de sistemas de informação, especialmente sistemas de gestão de clientes e de inteligência de mercado, a um determinado contexto organizacional; ▪ Avaliar modelos de gestão de sistemas de TI e identificar modelos mais adequados a um determinado contexto organizacional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- JÓIA, Luiz Antonio *et. al.* **Gestão estratégica da tecnologia da informação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.
- TURBAN, Efraim. **Tecnologia da informação para gestão**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- MADRUGA, Roberto. **Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM**. São Paulo: Atlas, 2009.

DISCIPLINA

11. Finanças Corporativas

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Finanças

Subárea

Finanças Corporativas

Ementa

Visão geral de finanças. Relação risco *versus* retorno. Determinação dos Fluxos de Caixa. Fundamentos de avaliação de Empresas. Indicadores básicos para análise de viabilidade de investimentos.

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Visão geral de finanças 1.1 Conceituação de finanças 1.2 Funções do gestor financeiro 1.3 Geração de valor em finanças	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar os princípios básicos das finanças corporativas; ▪ Reconhecer a função do gestor financeiro.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Relação risco <i>versus</i> retorno 2.1 Princípios básicos 2.2 Risco e Retorno 2.3 O modelo do CAPM (<i>Capital Asset Pricing Model</i>) 2.4 O Custo Médio Ponderado do Capital – CMPC 3. Determinação dos fluxos de caixa 3.1 Projeção dos resultados 3.2 Demonstrativos dos Fluxos de Caixa – FCD	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar os princípios básicos da teoria de risco e retorno; ▪ Calcular a taxa de retorno para os sócios e um projeto ou empresa (CAPM); ▪ Determinar a taxa de retorno para a empresa como um todo (CMPC); ▪ Calcular o fluxo de caixa da empresa.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4. Fundamentos de avaliação de empresas 4.1 Importância da avaliação para a tomada de decisão 4.2 Fundamentos de avaliação; diferença entre custo e valor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer a importância de se avaliar empresas ou projetos ANTES de se investir; ▪ Identificar os métodos Valor Patrimonial e Fluxo de Caixa Descontado para avaliação de empresas;

<p>4.3 Métodos de avaliação; Valor Patrimonial e Fluxo de Caixa Descontado (FCD)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avaliar empresas utilizando o fluxo de caixa descontado; ▪ Aplicar cálculos para avaliação de empresas ou projetos pelo método do FCD – Fluxo e Caixa Descontado.
--	--

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>5. Indicadores básicos para a análise da viabilidade de investimentos</p> <p>5.1 Valor Presente Líquido (VPL)</p> <p>5.2 Taxa Interna de Retorno (TIR)</p> <p>5.3 Índice de Lucratividade (IL)</p> <p>5.4 Período de <i>Payback</i> (PB)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar os principais métodos de análise de viabilidade de projetos (considerando que VPL e TIR já foram abordados na disciplina de Matemática Financeira, pertencente ao Módulo Básico de Gestão); ▪ Reconhecer as diferenças entre os indicadores básicos para análise da viabilidade de projetos de investimento; ▪ Calcular os indicadores básicos para análise de viabilidade de projetos de investimento: VPL, TIR, IL e <i>payback</i>; ▪ Analisar a viabilidade de determinado projeto: investir ou não investir.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CURY, Marcus Vinicius Quintella *et. al.* **Finanças corporativas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.
- GITMANN, L. **Princípios da administração financeira**. São Paulo. Editora Pearson. 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ROSS, Stephen. **Administração financeira**. São Paulo. Editora Atlas.

DISCIPLINA

12. Gestão da Qualidade e Processos

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Gestão

Subárea

Gestão da Qualidade e Processos

Ementa

Evolução do processo da qualidade. Ciclo PDCA. Ferramentas de gerenciamento. Visão, mapeamento, definição, melhoria e avaliação de processos. Indicadores de qualidade e produtividade. Ambiente Seis Sigma. Ciclo DMAIC e suas variações. Certificações ISO. Documentação da qualidade: controle, procedimentos e registros. Sistemas integrados de gestão. Métodos específicos de gestão. Modelo de gestão do Prêmio Nacional da Qualidade (PNQ). Metodologia para desenvolvimento e implementação do modelo de gestão pela qualidade. Fatores críticos de sucesso.

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Evolução do processo da Qualidade 1.1 Ciclo PDCA e sua aplicação 1.2 Principais ferramentas de gerenciamento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar o processo histórico de criação dos vetores que compõem a gestão da qualidade e processos; ▪ Aplicar o Ciclo PDCA; ▪ Apresentar as principais ferramentas de gerenciamento da qualidade.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Processos 2.1 Visão, mapeamento, melhoria e indicadores de gestão 2.2 Ambiente Seis Sigma, Ciclo DMAIC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer as estruturas de um processo; ▪ Listar as principais etapas metodológicas para desenhar um processo bem-sucedido; <ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicar a metodologia Seis Sigma, seus objetivos e abordagem, ▪ Resumir a abordagem DMAIC e suas métricas.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
3. Principais certificações e Prêmios 3.1 Certificações da série ISO 9000 e sistema de gestão da qualidade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer o Modelo de excelência da Gestão – MEG® - seus Fundamentos desdobrados em Temas e Processos;

<p>3.2 Modelo de Excelência da Gestão – MEG® do Prêmio Nacional da Qualidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conceituar os itens que compõem o sistema ISO 9000;
<p>3.3 Principais fatores a serem considerados para o sucesso das certificações e Implementação do MEG®</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Propor estratégias para implantação com sucesso das normas ISO e MEG®

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>4. Métodos de Gestão</p> <p>4.1 5S e suas variações</p> <p>4.2 <i>Benchmark</i></p> <p>4.3 Reengenharia</p> <p>4.4 Desdobramento da Função Qualidade</p> <p>4.5 Outros métodos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conceituar as abordagens dos principais métodos específicos de gestão, sua relevância e contribuição para a estratégia das empresas; • Analisar os métodos de gestão e os fatores de sucesso para implantação de cada um.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MARSHALL, Isnard *et al.* **Gestão da Qualidade e Processos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010;
- FALCONI, Vicente. **O Verdadeiro Poder**. 10 edição, 2015. Nova Lima. Minas Gerais. Editora INDG;
- LÉLIS, Eliacy Cavalcanti (org.). **Gestão da Qualidade**. 1. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- MARANHÃO, Mauriti; MACIEIRA, Maria. **O processo nosso de cada dia**. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 2009.
- FALCONI, Vicente. **Gerenciamento da rotina do dia a dia**. 7 edição. 2013. Nova Lima. Minas Gerais. Editora INDG
- BROKE, Jan Von. Manual de BPM. **Gestão dos Processos de negócio**. 1 edição. São Paulo. Editora Bookman
- CHAVES. Neuza. **Soluções em equipe**. 6 edição, 2015. Nova Lima. Minas Gerais. Editora INDG
- CARPINETTI. Luiz Cesar; GEROLANO Mateus. **Gestão da Qualidade ISO 9001:2015**. 1 edição. São Paulo. Ed Atlas
- FNQ. **Modelo de Excelência em Gestão** 21 edição 2017. Ed. FNQ. São Paulo
- FNQ. **Critérios Rumo a Excelência** 7 edição, 2017. São Paulo

DISCIPLINA

13. Direito do consumidor

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Direito

Subárea

Direito consumidor

Ementa

Código de Defesa do Consumidor: justificativa da tutela e relação jurídica de consumo. As esferas de proteção: responsabilidade civil, penal e administrativa. Publicidade abusiva e enganosa. Prevenção e reparação de danos. Responsabilidade por vício e por defeito de produto e serviço. Formas de saneamento de vício e composição indenizatória. Desconsideração da personalidade jurídica e proteção patrimonial. Excludentes de responsabilidade. Proteção contratual sob a ótica do CDC. As cláusulas contratuais e as práticas comerciais abusivas. Responsabilidade e instrumentos profiláticos de gestão para o fornecedor

Conteúdo programático mínimo

Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>1. Compreendendo o Direito do consumidor</p> <p>1.1 Introdução e visão histórico/ filosófica</p> <p>1.2 As relações entre Entes privados</p> <p>1.3 As relações do Ente privado com o Ente público: um panorama do Direito Administrativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar os novos paradigmas nos quais se estrutura o Direito Contratual moderno no âmbito privado e público; ▪ Reconhecer a atual responsabilidade do gestor no ambiente da legislação do direito público.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>2. Teoria geral dos contratos e sua aplicação ao cotidiano do gestor</p> <p>2.1 Princípios e requisitos</p> <p>2.2 Consentimento e formação</p> <p>2.3 Interpretação dos contratos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar a teoria contratual contemporânea, no que tange à formação, classificação e interpretação dos contratos em espécie, aliando tal análise à aplicação do cotidiano do gestor.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>3. Código de Defesa do Consumidor</p> <p>3.1 Justificativa da tutela</p> <p>3.2 Caracterização da relação jurídica de consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avaliar a existência da tutela do consumidor no Brasil, sua fundamentação histórico/filosófica e os aspectos gerais como conceitos, natureza jurídica e princípios aplicáveis.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
<p>4. Proteção contratual sob a ótica do CDC</p> <p>4.1 Vício e defeito de produto ou serviço</p> <p>4.2 Práticas comerciais abusivas</p> <p>4.3 Responsabilidade e instrumentos profiláticos de gestão para o fornecedor</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer os direitos básicos do consumidor e os instrumentos a serem utilizados, a fim de minimizar reclamações judiciais e extrajudiciais em face da empresa fornecedora.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- PIMENTEL, Carlos Barbosa. **Direito empresarial: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos. **Manual de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Revista dos Tribunais, 2010.
- REIS, Henrique Marcello dos. **Direito para administradores – vol. III**. São Paulo: Pioneira, 2005.
- NIARADI, George. **Direito empresarial para administradores**. São Paulo: Prentice Hall, 2008.
- GUSMÃO, Mônica. **Direito empresarial**. Rio de Janeiro: Impetus, 2004.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. São Paulo: Atlas, 2014.
- MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: Revista dos Tribunais, 2014.
- ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2011.

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
14. Inovação nas Organizações	24 h/a

Área	Subárea
Inovação	Criatividade e Inovação

Ementa

O papel da criatividade no processo de inovação. O comportamento criativo. Ferramentas de geração de ideias e sistemas de monitoramento. Relação entre processos de inovação, gestão do conhecimento e organizações de aprendizagem. A inovação como instrumento de criação de mercado. Ferramentas de inovação no desenvolvimento de novos produtos e serviços. Abordagem sistemática e a criação de novos conceitos. O Processo de gestão da inovação - da ideia, à implementação e comercialização.

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Inovação e estratégia 1.1 Inovação como recurso estratégico 1.2 Definição e elementos da inovação 1.3 Diferentes modalidades de inovação 1.4 Constituição de um sistema de inovação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer inovação como recurso estratégico para as organizações, em meio ao atual cenário da sociedade do conhecimento. ▪ Explorar os elementos e modalidades da inovação.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Processos de inovação 2.1 A estratégia do oceano azul 2.2 Modelo Funil da Inovação (Stage-Gates) 2.3 Características da Inovação Disruptiva 2.4 Inovação Aberta x Inovação Fechada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender a inovação como um sistema nas organizações e aprofundar seus estágios. ▪ Explorar processos, ferramentas e metodologias voltadas à gestão da inovação.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
3. Inovação e criatividade 3.1 Definição de criatividade e seus elementos 3.2 Processo do pensamento criativo 3.3 Estratégias para estimular a mente criativa 3.4 Fases do Design Thinking	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distinguir criatividade de inovação, e ressaltar seu papel nos processos inovativos. ▪ Explicar as vertentes de pensamento criativo e apresentar metodologias para estimulá-lo.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
------------------------------	---------------------------

<p>4. Cultura da inovação</p> <p>4.1 Inovação no Ecossistema de plataforma</p> <p>4.2 Barreiras organizacionais à inovação</p> <p>4.3 Elementos do ambiente criativo e inovador</p> <p>4.4 Criação cultura de inovação e criatividade</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avaliar as principais barreiras e anticorpos que impedem a evolução da inovação nas organizações. ▪ Explorar os elementos necessários para a consolidação de uma cultura da inovação.
--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CRUZ, R. O desafio da inovação: a revolução do conhecimento nas empresas brasileiras. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.
- GOVINDARAJAM, V.; TRIMBLE, C. O desafio da inovação: fundamentos para construir empresas inovadoras em meio a incertezas e complexidades. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CHRISTENSEN, C. M.; OVERDORF, M. Meeting the Challenge of Disruptive Change. Harvard Business Review, v.78, n. 2, p.66–76, 2000.
- UTTERBACK, J. M. Process of Innovation - a Study of Origination and Development of Ideas for New Scientific Instruments. IEEE Transactions on Aerospace and Electronic Systems, v. Aes6, n. 5, 1970.
- TERWRIESCH, C.; ULRICH, K. Managing the opportunity portfolio. Research-Technology Management, v. 51, n. 5, p. 27-38, Sept/Oct 2008.
- PARKER, D. ALSTYNE, M.; CHOUDARY, P. Plataforma: a revolução da estratégia. São Paulo: HSM do Brasil, 2016.
- KELLEY, T.; LITTMAN, J. As 10 faces da inovação: estratégias para turbinar a criatividade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- LAFLEY, A. G.; CHARAM, R. O jogo da liderança: metas e estratégias de inovação para o sucesso da sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
15. Gestão de Vendas	24 h/a

Área	Subárea
Vendas	Fundamentos de Vendas

Ementa

Vendas na estratégia de marketing. Pressupostos básicos da política comercial. O processo de venda. Relacionamento baseado em valor. Administração de vendas. Sistemas de informação de vendas - automação da força de vendas. Estrutura e funções de vendas - uma visão estratégica. A busca do melhor mix entre clientes, produtos e territórios. Onde ocorrem as vendas: o campo de trabalho. Relacionamento comercial. Fatores críticos de sucesso.

Conteúdo programático mínimo

Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Vendas na gestão estratégica da organização 1.1. Foco estratégico da organização. 1.2. Vendas agindo estrategicamente e taticamente. 1.3. Cultura de silos e seus impactos. 1.4. Marketing e Vendas trabalhando juntos.	<ul style="list-style-type: none"> - Demonstrar a importância da orientação estratégica da organização ficada em vendas. - Reforçar os impactos negativos da “Cultura de Silos” sobre o desempenho das vendas.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Alinhando a estratégia da organização com vendas 2.1. A importância vital do alinhamento organizacional 2.2. Planos de ação como ferramenta fundamental 2.3. Vendas na estratégia de Marketing 2.4. Área comercial como catalisadora na organização.	<ul style="list-style-type: none"> - Discutir a importância do alinhamento organizacional e seus impactos no desempenho de vendas. - Praticar a montagem de um Plano de Ação, demonstrando sua importância para vendas. - Como vendas operacionaliza as estratégias de Marketing.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
3. O processo da venda 3.1. As principais etapas	<ul style="list-style-type: none"> - Analisar a dinâmica da Pré-Venda-Pós e seus impactos. - Discutir métodos de atuação em vendas complexas

- 3.2. Pontos de um processo de vendas robusto - Demonstrar as contribuições da Neurociência para vendas.
- 3.3. Neurociência impactando vendas
- 3.4. A Administração de Vendas: As cinco dimensões

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4. Fatores críticos de sucesso	
4.1. Recursos Humanos com área estratégica para vendas.	
4.2. Gestão do círculo virtuoso do desempenho em vendas.	- Fundamentar a importância dos fatores críticos de sucesso para a performance de vendas como um todo.
4.3. Gestão de conflitos	
4.4. Liderança Situacional	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MEINBERG, José Luiz. **Gestão de Vendas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- SPIRO, Rosan L. **Gestão da força de vendas**. São Paulo: MacGraw-Hill, 2009.
- LUPPA, Luiz, P. **Como se tornar um vendedor Pit Bull**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- LAS CASAS, Alexandre, L. **Administração de Vendas**. São Paulo: Atlas, 1999.
- NEWTON, Derek. **Alimente sua águia: Inspiando e treinando sua equipe de vendas a chegar ao**
- MOREIRA, Júlio Cesar, T [et al]. **Administração de Vendas**. São Paulo: Saraiva, 2000.
- HUNTER, James. **O monge e o executivo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

DISCIPLINA

16. Gestão Integrada de Custo e Orçamento

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Contabilidade e Auditoria

Subárea

Contabilidade

Ementa

Visão gerencial dos custos. Custos para tomada de decisões: custeio por absorção x custeio direto. Análise custo/volume/lucro: margem de contribuição, ponto de equilíbrio e alavancagem. Orçamento como instrumento de planejamento e controle. Orçamentos básicos: operação, investimentos e caixa. Orçamento de operação: vendas, produção de despesas operacionais. Orçamento de investimentos: bens de capital e outros investimentos. Orçamento de caixa: recebimentos e pagamentos. Demonstrações financeiras projetadas: balanço patrimonial, demonstração do resultado e fluxo de caixa.

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1. Conceitos e classificação de custos 1.1. Conceituação de gastos, custos, despesas, investimentos e perdas 1.2. Custos apropriados em relação ao critério de alocação: direto ou indireto 1.3. Custos apropriados em relação ao volume de produção ou nível de atividade: fixo, variável e semi-variável.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descrever os objetivos da contabilidade de custos; ▪ Reconhecer as principais nomenclaturas da contabilidade de custos

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2. Métodos de custeio 2.1. Características do custeio por absorção 2.2. Características do custeio variável	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer e comparar os métodos de custeio por absorção e variável

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
3. Contabilidade, Custos e Orçamento 3.1. Articulação entre Contabilidade, Custos e a área Orçamentária; 3.2. Dados úteis como base para o planejamento das atividades da empresa em diferentes níveis 3.3. Resultados internos parciais para comparar com as metas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer os impactos do planejamento no controle; ▪ Diferenciar plano de contas contábil de plano orçamentário; ▪ Articular Contabilidade e Custos à área Orçamentária no processo de elaboração e manutenção do Plano de Contas Contábil e do Plano de Contas Orçamentário.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
------------------------------	---------------------------

<p>4. Controle Orçamentário</p> <p>4.1. Abordagem do controle orçamentário para calcular as variações entre o real e orçado;</p> <p>4.2. Responsabilidades típicas de controle das variações de custo de material e mão-de-obra direta</p> <p>4.3. Causas e efeitos da variação ou de afastamento dos objetivos.</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Elaborar e acompanhar o controle orçamentário▪ Reconhecer os tipos de análise de variação mais importantes para o controle do orçamento
---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- COELHO, Fabiano S. et al. **Gestão de custos**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV 2008.
- ALMEIDA, José Mauro Bacellar et al. **Orçamento e controle**. Série FGV MGM. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV. 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- PEREZ JR, José Hernandez; OLIVEIRA, Luis M; COSTA, Rogério G. **Gestão estratégica de custos**. São Paulo: Atlas 2010
- SÁ, Carlos Alexandre. **Orçamento Empresarial: novas técnicas de elaboração e acompanhamento**. São Paulo: Atlas, 2014.

DISCIPLINA

17. Empreendedorismo

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Metodologias e Ferramentas

Subárea

Empreendedorismo

Ementa

Perfil do empreendedor. Barreiras ao empreendedorismo. Ambientes organizacionais favoráveis ao empreendedorismo. Identificação de novos negócios e sua estruturação. Vocação na seleção de projeto empreendedor. Avaliação e escolha de projeto empreendedor. Principais dificuldades e razões para o sucesso de ações empreendedoras. As oportunidades em franquias.

Conteúdo programático mínimo
Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
1- Empreendedorismo no Brasil 1.1- Empreendedorismo de necessidade e de oportunidade 1.2- Motivos para empreender 1.3- Perfil comportamental do empreendedor de sucesso 1.4- Principais desafios ao empreendedor brasileiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender a atual situação do empreendedorismo brasileiro ▪ Definir corretamente os motivos para empreender ▪ Saber discernir as características comportamentais necessárias para o empreendedorismo

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
2- Modelagem e escolha da ideia 2.1- Fontes de ideias para novos negócios 2.2- Construção do Canvas para modelagem da ideia 2.3- Conceito de inovação em empreendedorismo 2.4- Tendências de Negócios mais promissores. 2.5- Migração da ideia para o plano de negócios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprender a escolher uma boa ideia para empreender ▪ Buscar novas ideias alternativas e inovadoras ▪ Construir o Canvas para organizar e modelar a ideia ▪ Analisar as tendências para identificar novas possibilidades de negócios ▪ Migrar a ideia para o Plano de Negócios

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
------------------------------	---------------------------

3- Desafios do empreendedorismo	▪ Buscar fontes de financiamento para o negócio
3.1- Fontes de financiamento	▪ Saber escolher corretamente os sócios
3.2- Formação de sociedade no negócio	▪ Fazer acordo societário para o empreendimento

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo	Objetivos de aprendizagem
4- Opções contemporâneas de negócios	▪ Conhecer formatos contemporâneos de negócios
4.1- Franquias	▪ Saber analisar e escolher uma franquia
4.2- Negócios de marketing de rede	▪ Conhecer os pressupostos das empresas de marketing de rede
4.3-Startup e negócios tecnológicos	▪ Conceituar Startups
	▪ Compreender os negócios tecnológicos (<i>techs</i>)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BLANK, Steven Gary; DORF, Bob. **Startup – Manual do Empreendedor: O Guia passo a passo para construir uma grande empresa.** Rio de Janeiro: AltaBooks, 2014.
- OSTERWALDER, Alexander; YVES, Pigneur. **Inovação em modelos de negócios – Business Model Generation.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- Marshall JR, Isnard *et al.* **Plano de Negócio Integrado: guia prático de elaboração.** Rio de Janeiro Editora FGV, 2014
- DORNELAS, José C. Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios.** São Paulo: Campus, 2011.
- SPINA, Cássio. **Investidor Anjo: Como Conseguir Investidores para o seu Negócio.** São Paulo: Nversos, 2015.
- Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur. "**Business model canvas.**" *Self published.* Last, 2010.
- Rogers, David L. "**Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital.** 1ºed. São Paulo: Autêntica Business, 2017.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo-9.** AMGH Editora, 2014

DISCIPLINA

18. Plano de Negócios

CARGA HORÁRIA

24 h/a

Área

Metodologias e Ferramentas

Subárea

Plano de negócios

Ementa

Desenvolvimento de um plano de negócios. O empreendedorismo no Brasil. A modelagem dos novos negócios. A análise estratégica. Projeção de resultados. O plano econômico financeiro. Os aspectos operacionais e logísticos. A estrutura organizacional e os elementos da gestão de pessoas. Estratégia de Venda do Projeto.

Conteúdo programático mínimo

Eixo Temático 1

Conteúdo programático mínimo

1. O empreendedorismo no Brasil

- 1.1 Os desafios dos empreendedores no Brasil
- 1.2 O perfil dos empreendedores brasileiros

Objetivos de aprendizagem

- Desenvolver consciência dos desafios ao empreendedor brasileiro;
- Analisar as peculiaridades do empreendedorismo de oportunidade e do empreendedorismo de necessidade.

Eixo Temático 2

Conteúdo programático mínimo

2. A modelagem dos novos negócios

- 2.1 Como ter ideias para novos negócios
- 2.2 Como modelar as ideias focadas na geração de valor

Objetivos de aprendizagem

- Proporcionar acesso a novas ideias de negócios;
- Desenvolver capacidade de modelagem e análise crítica de ideias de negócios;
- Compreender a criação de valor no mundo empresarial.

Eixo Temático 3

Conteúdo programático mínimo

3. A construção do Plano de Negócio

- 3.1 O Plano de Negócios e as suas partes
- 3.2 Análise da Estratégia
- 3.3 Análise Mercadológica
- 3.4 Gestão de Pessoas
- 3.5 Análise econômico-financeira

Objetivos de aprendizagem

- Elaborar o Plano de Negócios;
- Desenvolver a estratégia do negócio;
- Organizar a estrutura funcional da empresa;
- Utilizar o *software* Plano Certo®.

Eixo Temático 4

Conteúdo programático mínimo

4. Estratégia de venda do projeto

Objetivos de aprendizagem

- Apresentação do Plano de Negócios.

- 4.1 Ensaaiando a venda do projeto
- 4.2 Realimentando o processo de venda do projeto

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MARSHALL, Isnard *et al.* **Plano de Negócio Integrado**: guia prático de elaboração. Rio de Janeiro Editora FGV, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- COPELAND, Tom, KOLLER, Tim, MURRIN, Jack. **Avaliação de Empresas** - Valuation: Calculando e gerenciando o valor das empresas. 3. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2002.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 7ª Edição. São Paulo: Harbra, 2002.
- MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- MC DANIEL, Carl e GATES, Roger. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Thomson Learnig, 2003.
- Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur. **"Business model canvas."** *Self published*. Last, 2010.
- LIEDTKA, Jeanne; OGILVIE, Tim. **A Magia do Design Thinking** – Um Kit de Ferramentas Para o Crescimento Rápido da Sua Empresa. São Paulo: HSM, 2015.
- SPINA, Cassio A. **Investidor Anjo**. 2. ed. São Paulo: Nversos, 2015.