

MBA

*Executivo em Gestão
Estratégica e Econômica
de Negócios*



1. CARTA DE BOAS VINDAS

Prezado aluno,

Seja muito bem-vindo ao MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios.

Este programa passa por constantes atualizações mantendo-se na ponta do conhecimento nas diversas áreas da administração. Este dinamismo, faz do “Gestão de Negócios”, um dos “*Best Sellers*” da FGV.

O seu corpo docente é formado por profissionais de mercado, com ampla experiência, que escolheram fazer da vida acadêmica, mais uma razão para aprofundar seu conhecimento, obtendo títulos de doutores e mestres, unindo sólida experiência prática ao profundo conhecimento acadêmico.

Entre seus colegas de turma, você vai encontrar profissionais que são engenheiros, administradores, advogados, médicos, especialistas em tecnologia da informação, entre outras formações e esta variedade de experiências proporciona uma visão multidisciplinar aos assuntos que serão abordados durante o curso, enriquecendo ainda mais a troca de conhecimento.

Esta aceleração no aprendizado leva um número expressivo dos alunos, a serem promovidos, durante o curso. Você terá a oportunidade de conhecer e criar laços com seus colegas de turma, através de atividades de integração e trabalhos em equipe. Estas relações com seus colegas, certamente serão um importante ativo do curso, que se estenderá para sempre.

O resultado e a qualidade do ensino serão baseados no esforço dos professores e da instituição em lhe prover o melhor conteúdo e principalmente no seu esforço em aproveitar todas as oportunidades de aprendizado extraclasse, na sua dedicação ao estudo e nos trabalhos em grupo.

Com toda experiência acumulada durante estes anos, vendo a satisfação de nossos alunos nos reportando seu progresso profissional e pessoal durante e após o curso, nos faz seguros de que seu esforço será amplamente recompensado.

Desejo a você muito sucesso.

Prof. Antonio André Neto, D. Sc.
Coordenador acadêmico executivo.

2. COORDENAÇÃO ACADÊMICA

Prof. ANTÔNIO ANDRÉ NETO

Doutor: Análise de redes sociais - COPPE/UFRJ; **Mestre:** Gestão de Negócios Internacionais - UFF; **Especializações:** *Mergers and Acquisitions*: The Wharton School - University of Pennsylvania; *Negotiation*: Harvard University; *International Management*: University of California; *Froehling Walzwerkmaschinenbau* - Alemanha; Engenheiro Mecânico: FEI. Atuou na alta administração das empresas: Grupo Thyssen, Promon, Grupo Gerdau, Grupo Eluma. Realizou negócios em mais de 50 países. Conduziu processos de Fusões e Aquisições em 8 países. Atua como empreendedor: criou 8 empresas. É co-autor de livros sobre Empreendedorismo, Negociação e Plano de Negócios.

3. FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

É uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, fundada em 20 de dezembro de 1944, com o objetivo de ser um centro voltado para o desenvolvimento intelectual do país, reunindo escolas de excelência e importantes centros de pesquisa e documentação focados na economia, na administração pública e privada e na história do país.

A estrutura acadêmica da FGV é composta por Escolas e Institutos, com grande tradição e intensa produção intelectual:

EBAPE – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

EAESP – Escola de Administração de Empresas de São Paulo

EPGE – Escola de Pós-Graduação em Economia

EESP – Escola de Economia de São Paulo

CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil

Direito SP – Escola de Direito de São Paulo

Direito Rio – Escola de Direito do Rio de Janeiro

EMAp - Escola de Matemática Aplicada

IBRE – Instituto Brasileiro de Economia

FGV Projetos – Consultoria para organizações públicas e privadas

FGV Social – Centro de Políticas Sociais

IDE – Instituto de Desenvolvimento Educacional

4. INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL - IDE

O IDE foi criado no final de 2003 com o objetivo de coordenar e gerenciar uma rede de distribuição única para os produtos e serviços educacionais produzidos pela FGV, através de suas Escolas e Institutos. É constituído por cinco diretorias: O FGV Management e sua rede conveniada; O FGV Online; A Central de Qualidade e Inteligência de Negócios; O FGV In Company.

Por intermédio de parcerias com diversas universidades da Europa e dos Estados Unidos, os alunos dos cursos administrados pelo IDE têm a possibilidade de participar de programas de curta, média ou longa duração em universidades estrangeiras.

Os programas do FGV Management são oferecidos no ABC Paulista pela Strong, nos seguintes campi:

Campus Almirante

Rua Almirante Protógenes, 290, Jardim – Santo André
fgvabc@strong.com.br

Campus Jacarandás

Av. Industrial, 1455, Jardim – Santo André
santoandre.fgv@strong.com.br

Campus São Caetano do Sul

Av. Goiás, 383, 2º Andar – São Caetano do Sul
saocaetano.fgv@strong.com.br

4433 3222 | 4433 6166 | 3996 5668
www.strong.com.br

5. ESCOLA DE ECONOMIA DE SÃO PAULO – EESP

A Escola foi credenciada pelo Ministério da Educação pela Portaria no 707, de 15 de abril de 2003, para oferecer cursos de graduação em economia, cursos de pós-graduação *Lato Sensu* e *Stricto Sensu* e cursos de educação continuada. A EESP é um centro de excelência na geração e transmissão do saber econômico, e sua missão é desenvolver a aprendizagem e o debate público, que contribua para a evolução econômica e social do País.

6. SOBRE O MBA EXECUTIVO EM GESTÃO ESTRATÉGICA E ECONÔMICA DE NEGÓCIOS

Nestes dias o mundo tem sido marcado por profundas transformações, tanto em nível nacional como internacional. As mudanças ocorrem devido a forças de natureza política, econômica, tecnológica e social e estas imprimem um novo ritmo e um novo padrão a nossa civilização. Essas transformações ocorrem num momento histórico especial, caracterizado pela fragilidade dos valores e princípios que até então nos orientaram, mas que se mostram inadequados às demandas atuais e do futuro.

As grandes questões têm impacto direto no cenário organizacional e por isso exigem a adoção de uma nova visão estratégica e gerencial que garanta a sustentabilidade dos negócios.

Este ambiente social e de negócios, em constante mutação, demanda do gestor um conjunto de competências e talentos para criar valor para sua empresa.

Entre as principais competências se destacam: visão estratégica, capacidade de análise do ambiente econômico e de negócios, agilidade nas decisões, liderança empreendedora, flexibilidade para enfrentar as incertezas, criatividade, facilidade de comunicação e grande capacidade para criar relações.

Estas competências podem ser desenvolvidas e aprimoradas. Entretanto, só terão valor, se usadas para tornar o ser humano mais feliz, ampliando suas percepções e contribuindo para o desenvolvimento de uma nova consciência, capaz de gerar mudanças significativas na construção de um mundo melhor.

7. OBJETIVO GERAL

O **MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios** tem por missão desenvolver uma visão global e integrada das atividades empresariais e foca na criação de valor para a companhia. O objetivo principal do curso é preparar nossos alunos para assumir posições de destaque em gestão. Para isso, apresenta e discute conceitos, métodos e instrumentos administrativos relevantes e acima de tudo, busca motivar os alunos a serem líderes empreendedores, tanto no ambiente das organizações para as quais trabalham, quanto no desenvolvimento de negócios próprios.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Levar os participantes a:

- Desenvolver a capacidade empreendedora e empresarial, com apurada percepção de oportunidades de negócios;
- Definir objetivos de negócios, traçar e implementar estratégias que proporcionem resultados significativos e aumentem o valor das empresas;
- Alavancar a força competitiva das empresas através da liderança e do trabalho em equipe;
- Preparar os participantes para assumir cargos de gestão, onde a visão estratégica e integrada dos negócios e do ambiente econômico são pré-requisitos essenciais para o sucesso na carreira.

9. A QUEM SE DESTINA

Empresários, executivos, consultores, empreendedores com experiência profissional relevante, que necessitem desenvolver competências relacionadas à visão e implementação estratégica, capacidade de desenvolver equipes, criar redes de relações, analisar cenários, identificar nichos de mercado e desenvolver novos negócios.

10. METODOLOGIA

O curso está estruturado em quatro módulos presenciais, que agrupam disciplinas que se inter-relacionam. Ao longo dos módulos os alunos participam de workshops para consolidar o aprendizado adquirido nas disciplinas que compõem cada módulo, elaborando e apresentando trabalhos realizados em equipe. Ao final do curso, um workshop consolida todas as disciplinas em um Plano de Negócio, que é apresentado e defendido pelos alunos.

11. CERTIFICAÇÃO

Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA, nível Especialização da Fundação Getulio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES nº 1 de 06/04/2018, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior.

O MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios é certificado pela EESP – Escola de Economia de São Paulo.

- Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios, Nível Especialização” aos participantes que atenderem a todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso do módulo nacional.
- Módulos Internacionais (*opcionais*):
 - Os principais objetivos desses cursos, são: ganhar a visão internacionalizada de negócios, ampliar o networking entre os participantes que são estudantes da FGV e executivos de empresas nacionais e multinacionais de todo o Brasil. Proporcionar a troca de informações com os docentes, executivos americanos ou europeus, adquirindo, com isso, uma formação acadêmica internacional, além do acultramento pessoal;
 - Será outorgado pelas universidades internacionais, em seus locais de origem, o certificado de participação no módulo internacional respectivo;
 - A Fundação Getulio Vargas fará o apostilamento da participação no módulo internacional cursado, aos alunos que atenderem todos os critérios de aprovação em ambos os cursos.

12. PROGRAMA

MÓDULO NACIONAL		
MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios		
	DISCIPLINAS	HORAS /AULA
Módulo Estratégico		
1	Gestão Estratégica de Empresas	24
2	Liderança e Gestão de Pessoas em Ambientes Competitivos	24
3	Cenários Econômicos e Tendências	24
4	Gestão de Negócios Sustentáveis	24
5	<i>Workshop</i> : Planejamento Estratégico	24
Módulo de Operações		
6	Gestão da Cadeia de Suprimentos	24
7	Marketing e Mídias Digitais	24
8	Gestão de Vendas	24
9	<i>Business Operations Management</i>	24
10	<i>Workshop</i> : Gestão de Projetos e Metodologias Ágeis	24
Módulo de Gestão Financeira e Controle		
11	Matemática Financeira	24
12	Finanças Corporativas	24
13	Contabilidade para Executivos	24
14	<i>Business Analytics</i>	24
15	<i>Workshop</i> : Orçamento Empresarial	24
Módulo de Gestão de Negócios		
16	A Dinâmica dos Negócios: Indústria, Varejo e Serviços	24
17	Negócios Internacionais	24
18	Negócios Digitais	24
19	Empreendedorismo e Desenvolvimento de Novos Negócios	24
20	<i>Workshop</i> : Plano de Negócios	24
CARGA HORÁRIA TOTAL		480

MÓDULOS INTERNACIONAIS [OPCIONAL]	HORAS/AULA
<i>Business and Management for International Professionals</i> <i>University of California – Irvine</i>	54
<i>Innovation</i> <i>University of California – Santa Cruz e Irvine</i>	54
<i>Public Policy, Finance and Investment Strategies</i> <i>University of Chicago – Harris School</i>	49
<i>China Business & Economic Strategies for Managers</i> <i>Chinese University of Hong Kong</i>	40
<i>Gestão de Negócios</i> Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial - ISCTE /INDEG - Lisboa	40
<i>Management of Innovation. Quality, Clusters, International Brands and Business.</i> <i>Fondazione CUOA – Business School – Itália</i>	40
<i>Innovation and Entrepreneurship</i> <i>School of International Business and Entrepreneurship Stuttgart – Alemanha</i>	80
<i>International Business Law</i> <i>University of California – School of Law – Irvine</i>	54

13. DESCRITIVO DAS DISCIPLINAS

1. Gestão Estratégica de Empresas

Traçar uma estratégia é escolher um caminho que leve a empresa a obter uma posição exclusiva e valiosa para conquistar e manter bons clientes. Durante o curso serão discutidos os principais aspectos da criação da estratégia empresarial.

- Evolução da estratégia empresarial e os principais pensadores. Análise do ambiente externo: cenários, oportunidades, ameaças e o ambiente competitivo. Análise do ambiente interno. Planejamento Estratégico: definição das diretrizes estratégicas. Aplicação das principais ferramentas estratégicas. Implementação da estratégia. Garantir que a estratégia permeie todos os níveis da organização e alcance todos os Stakeholders da rede empresarial onde a empresa está inserida.

2. Liderança em Ambientes Competitivos

A dinâmica atual exige dos gestores a capacidade de liderar equipes com alto desempenho e comprometidas com o sucesso. Para isto é preciso que eles tenham a capacidade de enfrentar os desafios vivendo em um ambiente de ambiguidades.

- O ambiente competitivo. Fundamentos básicos do desenvolvimento de equipes. O valor do trabalho em equipe. Grupo x Equipe. Formulação e evolução de uma equipe eficiente. Liderança: Chefe x Líder. Desenvolvimento da liderança. Tipos de participantes de uma equipe de trabalho. Desenvolvimento pessoal e grupal. Administração de conflitos. Comunicação no trabalho de equipe. Dinâmicas de grupo para o desenvolvimento da equipe. Jogos e simulações como facilitadores de aprendizagem cognitiva e atitudinal. Critérios de escolha das técnicas a serem utilizadas. Papel e responsabilidades do coordenador do grupo. *People Analytics*.

3. Cenários Econômicos e Tendências

Em um ambiente em constante mudança, cabe à direção das organizações, a análise do cenário econômico e das tendências do mercado, de modo a poder estabelecer as diretrizes que levarão as empresas em direção aos seus objetivos estratégicos.

- Análise do ambiente macroeconômico. Mensuração da atividade econômica. Moeda e sistema financeiro. Inflação e índice de preços. Modelo macroeconômico básico. Balanço de pagamentos. Análise de cenários macroeconômicos e seus efeitos sobre negócios e estratégia. As técnicas para a criação de cenários baseada em aspectos econômicos e estratégicos. O processo para a escolha de cenários mais prováveis e seus impactos na estratégia da empresa.

4. Gestão de Negócios Sustentáveis

As organizações estão, a cada dia mais, se conscientizando que seu objetivo não é apenas gerar lucro. É preciso sim gerar lucro dentro de condições éticas, respeitando os princípios de conduta esperados pelos seus acionistas, funcionários, clientes e a sociedade em geral. Além disto, a responsabilidade das empresas extrapola seus muros e se estende para toda a comunidade em seu entorno, tendo a obrigação de se desenvolver de maneira sustentável e ecológica. É somente em um ambiente empresarial ético e responsável socialmente que se pode construir uma grande nação onde empresas prosperam.

- Origens e definição de desenvolvimento sustentável – visão filosófica e visão econômica. Os impactos do novo contexto social, econômico e tecnológico nas empresas e pessoas. Fundamentos e ações de Governança Corporativa. A evolução da responsabilidade socioambiental. Conflitos éticos e códigos de conduta. A cidadania corporativa aplicada na prática, como elemento empresarial estratégico.

5. Workshop: Planejamento Estratégico

Este Workshop reúne todos os conceitos, práticas e aplicações apresentadas e discutidas durante o módulo. O resultado final do Workshop será o Planejamento Estratégico de uma dada empresa. O trabalho será desenvolvido em equipe, apresentado e defendido pelos alunos.

6. Gestão da Cadeia de Suprimentos

A operação das empresas é o somatório de múltiplos processos e de um complexo *network* envolvendo seus fornecedores, seus processos internos, canais de distribuição, redes de lojas e prestadores de assistência técnica. A Cadeia de Suprimentos é o sistema que integra todos estes participantes.

- O processo de globalização da economia e sua influência na cadeia de suprimentos. *Global Sourcing* e comércio internacional. Cadeia de Suprimentos x Cadeia de valor. Componentes do planejamento da demanda. A gestão das operações logísticas nas empresas. Recursos necessários à implantação do conceito de cadeia de suprimentos. As funções logísticas e o seu relacionamento intra e extra-organizacional. A infraestrutura logística do país. Modelos e técnicas aplicáveis à gestão das funções logísticas. Sistemas de informações logísticas. Gestão do tempo em cadeias de suprimento. Negócios eletrônicos (*business to business*). Avaliação do desempenho das funções logísticas orientadas para a qualidade, produtividade e competitividade. Indústria 4.0.

7. Gestão de Marketing e Mídias Digitais

O objetivo desta disciplina é discutir as principais funções do Marketing que devem necessariamente cumprir com eficiência o seguinte círculo: Fazer com que o potencial cliente fique sabendo da existência do produto ou serviço. Fazer com que o cliente se interesse. Prover meios para que o cliente possa pagar. Assegurar que o cliente compre. Fidelizar o cliente para que ele volte a comprar.

- A gestão de Marketing como ferramenta competitiva. Desenvolvimento do Marketing Mix: Produto, Preço, Promoção e Canais de distribuição. *Merchandising*, Marketing Direto, *Trade Marketing*, o Marketing de serviços. A Gestão da Marca. Comportamento do consumidor. Alinhamento entre as ações de marketing e as ações de vendas. O marketing nas mídias digitais e no e-commerce: estratégias, ações e métricas.

8. Gestão de Vendas

A conquista e manutenção de bons clientes é o foco estratégico de todas as empresas. Para isso, é fundamental que haja uma orquestrada gestão das ações de venda.

- Alinhamento das ações de vendas com os objetivos estratégicos da organização. Alinhamento entre as ações de marketing e as ações de vendas. Softwares de Gestão de Vendas. Funil de vendas. Ações focadas na: venda pessoal; vendas por *call center*; vendas *online*; vendas por catálogo, vendas através de canais de distribuição, vendas através de representantes comerciais. Recrutamento, seleção, treinamento e integração da força de venda. Remuneração dos vendedores. Material e recursos tecnológicos de apoio à venda.

9. Business Operations Management (Gestão de Operações de Negócios)

Para implementar da estratégia da empresa, permeando todas as áreas da organização e suas extensões nas redes empresariais é necessário que haja uma perfeita sintonia entre as diversas operações. A busca constante por melhorias de produtividade, por meio da evolução contínua na gestão dos processos tem por objetivo alcançar a sustentabilidade das operações, nos seus aspectos econômicos, sociais e ambientais, na indústria, varejo e no serviço.

- A definição de processo; suas entradas e saídas. Como organizar um processo. O estabelecimento de *drivers* de processos. Como analisar e definir o processo organizacional inserido dentro do contexto do negócio. A implementação da estratégia da empresa através de processos. A relação direta entre a proposta de valor da empresa e a correta gestão dos processos internos e de negócios. Como coletar dados e fazer a priorização dos processos. A elaboração de fluxogramas e os principais softwares de gestão de processos. Como analisar desempenho de processos e projetos. O impacto dos erros de processo no resultado do negócio.

10. Workshop: Gestão de Projetos e Metodologias Ágeis

A Gestão de Projetos é uma especialidade cada vez mais necessária em todos os tipos de organizações e demanda profissionais com características peculiares, pelo perfil técnico, gerencial e comportamental.

- Os tópicos a serem abordados neste módulo estão em sintonia com as recomendações do PMI (*Project Management Institute*), que estabelece as melhores práticas nesta área de conhecimento e as Metodologias Ágeis que se aplicam a projetos de mais curta duração. Gerenciamento de projetos: as dez

áreas de conhecimentos relevantes (visão PMI). Seleção de projetos: conceitos e métodos. Fatores de sucesso e insucesso em projetos. Atribuições e habilidades do gerente de projetos e da equipe. Efeitos da arquitetura organizacional. Ferramentas para elaboração e acompanhamento de projetos. Project Office. Metodologias ágeis e suas aplicações. As principais metodologias ágeis. Pequenas equipes com alto nível técnico. O processo incremental. Colaboração entre equipes diferentes. Feedback constante como retroalimentação do processo de desenvolvimento. Adaptabilidade e simplicidade para ser ágil.

- Workshop: Escolha e estruturação de um projeto aplicando as duas metodologias PMI e Agil, evidenciando onde cada uma delas se aplica com mais vantagens.

11. Matemática Financeira

A gestão financeira de uma empresa é um dos maiores desafios para o administrador. As decisões sobre investimentos, aquisições, empréstimos, gestão do caixa, negociação de dívidas, são alguns dos principais aspectos que serão abordados ao longo desta disciplina.

- Características das taxas de juros. Custo de oportunidade. As diversas linguagens das taxas: Juros simples e compostos, desconto bancário e taxas equivalentes. Séries de parcelas iguais. Sistemas de amortização de empréstimos. Princípios e métodos de avaliação de investimentos - fluxos de caixa: *payback*; Valor presente líquido; Taxa interna de retorno; e índice de lucratividade.

12. Finanças Corporativas

Análise de sensibilidade para avaliação de negócios. Risco e Retorno. Custo de Capital. Conceito e objetivo do planejamento financeiro na empresa; Determinação da necessidade de capital de giro do negócio. Análise das origens da falta de recursos e dos desequilíbrios financeiros. Aplicação prática da gestão do planejamento financeiro na empresa. O fluxo de caixa como instrumento de gestão de negócios. Critérios para análise de viabilidade de projetos. Avaliação de Empresas e Projetos.

13. Contabilidade para Executivos

A disciplina apresenta a contabilidade como um instrumento de gestão e controle do negócio e da adequada gestão dos tributos, que tem por fim equacionar e mensurar os resultados de uma organização. Objetivo: analisar as informações contábeis e a incidência de tributos, de modo que os alunos estejam habilitados a empregar as informações apresentadas nos relatórios financeiros como uma ferramenta útil à sua atividade profissional.

- Importância da Contabilidade, estudo da Contabilidade, conceituação e objetivos, contabilidade societária e gerencial, postulados, princípios e convenções. A estrutura tributária no Brasil e seus impactos no resultado. Demonstrações contábeis – mecânica contábil, balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício, demonstração das mutações do patrimônio líquido, demonstrações relativas ao fluxo de recursos, demonstração do valor adicionado. Análise das demonstrações contábeis, resultados contábil, econômico e financeiro, análise vertical e horizontal, análise por indicadores.

14. Business Analytics

O objetivo desta disciplina é apresentar uma visão sobre as possibilidades de uso de grandes massas de dados (*Big Data*) e suas aplicações em *Business Intelligence*. A mineração de dados com o objetivo de gerar conhecimento relevante para a tomada de decisão.

- O descobrimento de conhecimento relevante em grandes massas de dados (*Knowledge Discovery on Databases*). A mineração de dados e suas aplicações nos negócios. *Big Data, Data Mining. Business, Marketing e People Analytics*.

15. Workshop: Orçamento Empresarial

Este *workshop* tem por fim integrar conceitos e aplicações dos conhecimentos trazidos pelas disciplinas do módulo, acrescidos dos conceitos e práticas do orçamento empresarial. Os alunos construirão um orçamento de uma empresa e farão sua apresentação e defesa em sala de aula.

- Orçamento como instrumento de formulação estratégica e de decisão gerencial; Orçamento com base nas demonstrações contábeis, na projeção de resultados e nas mutações do patrimônio líquido. Premissas baseadas no cenário econômico, projeção e simulação econômica financeira. Estrutura orçamentária. Orçamento de operação, de investimento e de caixa.

16. Dinâmica dos Negócios: Indústria, Varejo e Serviços

O objetivo desta disciplina é ampliar a visão sistêmica sobre os setores econômicos e suas interações. Apresentar e discutir a dinâmica dos negócios em cada setor de atividade: Indústria, Varejo e Serviços. Conhecer os principais fluxos operacionais em cada um dos setores. Identificar os principais pontos de interação entre as atividades afins.

- Visão Sistêmica dos negócios e suas interações com os diversos setores: Industriais, varejo e serviços. Os principais fluxos de negócios na Indústria: *Supply Chain*, produção distribuição, financeiros, assistência técnica. Os principais fluxos de negócios no varejo: Cadeia de fornecedores, estocagem, cadeia de distribuição; Lojas próprias, franquias, vendas online, fluxos financeiros. Os principais fluxos de negócios no setor de serviços: Características dos serviços: Serviços puros, serviços prestados através de produtos, serviços online. Redes Organizacionais em serviços.

17. Negócios Internacionais

A internacionalização de empresas é parte da estratégia para conquista de novos mercados e novas fontes de suprimentos no exterior e a consequente redução do “Risco Brasil”. Para se tornar competitiva internacionalmente a empresa precisa desenvolver processos eficientes para obtenção de recurso financeiros e materiais no exterior, estabelecer regras de *Compliance* e desenvolver estratégias para conquistar de clientes em cada um dos mercados objetivos no exterior.

- Estratégias para internacionalização de empresas e negócios. Regulamentação do Comércio Internacional. Gestão de Operações de Exportação e Importação. Tributação no Comércio Exterior Brasileiro. Gestão de Operações de Câmbio. Logística Internacional.

18. Negócios Digitais

O objetivo desta disciplina é desenvolver uma visão integrada sobre os negócios em meios digitais, suas principais estratégias, os canais e as plataformas.

- Modelos de negócios digitais. Canais: *Web, Mobile, IoT, Wearables* e Redes Sociais. Marketing digital. *User Experience*. Ferramentas para tomada da decisão nos negócios digitais – *Analytics*. *Cloud computing* x infraestrutura proprietária. Escalabilidade. Segurança. Monetização.

19. Empreendedorismo e Desenvolvimento de Novos Negócios

Os empreendedores identificam uma necessidade ou um desejo não atendido e criam um negócio com o objetivo de atendê-los. A aguçada visão de oportunidade e a atitude para transformá-la em um negócio lucrativo, são características essenciais dos empreendedores, tanto daqueles que criam seu próprio negócio quanto dos empreendedores corporativos, os intraempreendedores, aqueles que desenvolvem negócios para as empresas para as quais trabalham. Para isto, o empreendedor precisa saber onde e como obter os recursos necessários para a criação do empreendimento e como convencer os Stakeholders a apoiar seu esforço para criação do novo negócio.

- O perfil do empreendedor; as principais motivações do empreendedor. O intraempreendedor. As principais barreiras que os empreendedores encontram, seja no mercado ou, nas suas próprias empresas. Quais são as principais fontes de novos negócios. Os recursos necessários para a estruturação de um novo empreendimento. Onde e como conseguir estes recursos. Como atua o *Developer* – o criador de negócios. Compra e venda e empresas. Avaliação e mitigação dos riscos dos negócios.
- Workshop: Os alunos em equipes identificam uma nova oportunidade de negócio, estruturam, apresentam e defendem o projeto com ênfase na proposta de valor, no modelo de negócio e na viabilização financeiro do empreendimento. Este Workshop tem por objetivo preparar os alunos para o Workshop Plano de Negócios.

20. Workshop: Plano de Negócios

Os Planos de Negócios se tornaram instrumentos essenciais para a criação de novos empreendimentos, reestruturação e expansão de empresas, aquisição de empresas e desenvolvimento de novos produtos e serviços. Os Planos de Negócios são mandatórios na busca de investidores e no planejamento de implantação de empreendimentos. Este curso apresenta o Plano de Negócios, sua estrutura, como utilizá-lo e como defendê-lo junto a investidores e patrocinadores.

- Os objetivos de um Plano de Negócios; A estrutura de um Plano de Negócios. Como descrever cada um dos tópicos que compõem um Plano de Negócios. Como concatenar todos os aspectos de um empreendimento de maneira a dar consistência ao Plano. Como apresentar e como sustentar o Plano junto aos acionistas, a diretoria ou junto a possíveis investidores.
- O Plano de Negócios será elaborado em equipe, e desenvolvido ao longo de todo o curso, com o objetivo de integrar todas as disciplinas e será apresentado e defendido nas últimas aulas do curso.



**EDUCAÇÃO
EXECUTIVA**

Campus Almirante

Rua Almirante Protógenes, 290, Jardim – Santo André
fgvabc@strong.com.br

📞 4433-3222

Campus Jacarandás

Av. Industrial, 1455, Jardim – Santo André
santoandre.fgv@strong.com.br

📞 4433-6166

Campus São Caetano do Sul

Av. Goiás, 383, 2º Andar, Centro – São Caetano do Sul
saocaetano.fgv@strong.com.br

📞 3996-5668

www.strong.com.br 