



MBA EM GESTÃO: BIG DATA E BUSINESS ANALYTICS



EXCELÊNCIA FGV

Criada em 1944, a Fundação Getúlio Vargas nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimento socioeconômico do Brasil por meio da formação de administradores qualificados, nas áreas pública e privada.

Ao longo do tempo, a FGV ampliou a sua atuação para outras áreas do conhecimento, como Ciências Sociais, Direito, Economia, História, e, mais recentemente, Matemática Aplicada, sendo sempre reconhecida pela qualidade e excelência ao produzir e difundir conhecimento.

THINK TANK

3º *think tank* (centro de conhecimento) entre os melhores do mundo e líder na América Latina, pelo 2020 *Global Go To Think Tank Index Report*, elaborado pela Universidade da Pensilvânia.

LINKEDIN

A única brasileira entre as instituições de ensino mais influentes do mundo do LinkedIn.

LÍDER NO IGC/MEC

No topo do ranking nacional do Índice Geral de Cursos (IGC), com suas escolas ocupando as três primeiras posições.

MELHORES CEOs

Apontada pela Revista Forbes como uma das principais instituições que formam os melhores CEOs no Brasil

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

FGV EAESP

Escola de Administração de Empresas de São Paulo

FGV EBAPE

Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

FGV EPPG

Escola de Políticas Públicas e Governo

FGV EESP

Escola de Economia de São Paulo

FGV EPGE

Escola Brasileira de Economia e Finanças

FGV Direito SP

Escola de Direito de São Paulo

FGV Direito Rio

Escola de Direito do Rio de Janeiro

FGV CPDOC

Escola de Ciências Sociais

FGV EMAP

Escola de Matemática Aplicada

FGV RI

Escola de Relações Internacionais

Projetos

Consultoria para organizações públicas e privadas

IDE

Instituto de Desenvolvimento Educacional

IBRE

Instituto Brasileiro de Economia



SOBRE O CURSO

Desenvolver ações e estratégias para um negócio é uma ação que requer conhecimento variado e multidisciplinar. Sendo assim, o **MBA em Gestão: Big Data e Business Analytics** proporciona ao/à aluno/a o desenvolvimento de várias competências, como liderança, estratégia, capacidade de planejamento e tomada de decisões importantes para a empresa, com base em análise de problemas empresariais, utilizando técnicas analíticas neste atual cenário, que é caracterizado pela complexidade, pela diversidade e pelo alto volume de dados digitais.

Desenvolver ações e estratégias para um negócio exige do/a profissional de *Big Data* competências e habilidades muito específicas. O **MBA em Gestão: Big Data e Business Analytics** proporciona uma visão abrangente das atividades empresariais, capacitando-o/a para ser gestor/a líder em uma organização ou no próprio negócio.

OBJETIVOS DO CURSO

No **MBA em Gestão: Big Data e Business Analytics** você irá adquirir:

- visão holística das atividades empresariais, com foco na criação de valor para a empresa;
- conhecimentos técnicos e habilidades para se tornar gestor/a líder na sua empresa ou no próprio negócio;
- capacidade de relacionar teorias à prática de gestão por meio de um jogo de negócios;
- autoconhecimento de competências comportamentais, tornando-o/a apto/a elaborar um projeto de carreira;
- visão estratégica e habilidades de gestão, construindo as competências técnicas fundamentais à formação de um/a líder;
- competências de análise de grandes massas de dados;
- habilidades para a gestão de times de *analytics* aplicada a negócios;
- conhecimento dos desafios informacionais e computacionais pelos quais passam as organizações em um contexto de *big data*;
- habilidades para gerir estrategicamente times de analistas e atividades de análise intensiva de dados e
- habilidades para analisar relatórios bem como discutir, precificar e comparar soluções tecnológicas para a gestão de dados e informações.

A QUEM SE DESTINA

O **MBA em Gestão: Big Data e Business Analytics** é recomendado para profissionais que:

- desejam transformar dados em informação e conhecimento;
- são executivos/as, gestores/as, analistas, especialistas e consultores/as que atuam em setores de informação intensiva;
- desempenham ou virão a desempenhar papéis de liderança e
- participam ativamente de projetos de natureza analítica.

COORDENAÇÃO

Prof. ISNARD MARSHALL JUNIOR
Doutor (Univ. Federal do Rio de Janeiro)

Doutor em Engenharia Química pela Escola de Química - UFRJ / RJ, **Mestre** em Engenharia de Produção pela COPPE / RJ, MBA em Administração pela PUC / RJ e graduação em administração pela FGV. Participou em mais de 20 programas de aperfeiçoamento e atualização no exterior na Ásia, Europa e EUA. Larga experiência profissional adquirida em mais de 25 anos em cargos executivos e de direção em empresas nacionais e globais. Atua como Coordenador Acadêmico de MBA's na FGV desde 1998. Na área de ensino foi professor de graduação em administração na FGV. É professor pesquisador da SBS - Strong Business School. Na pós-graduação ministra disciplinas ligadas à temática Gestão da qualidade e melhoria de processos, Empreendedorismo e Plano de negócios e orienta projetos de final de curso. Autor de artigos e de 3 livros editados pela FGV EDITORA. Coordenador da área de Estratégia - no congresso ENANGRAD. Prêmios FGV: Melhor Coordenador Acadêmico e Melhor Professor sendo incluído no quadro de Honra da FGV pela sucessão de 5 anos de premiação como "Melhor Professor".

Prof. JOSÉ LUIZ KUGLER
Mestre (COPPEAD-UFRJ)

Mestre em Ciências em Administração (COPPEAD-UFRJ); **Pós-graduado** em *Information Economics* pela *Carnegie Mellon University*; e **Ph.D.** em Administração de Empresas pela *University of Pittsburgh*. Engenheiro civil pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Vasta experiência profissional como executivo no Brasil e no exterior. Foi professor na *Fordham University* e na *University of Pittsburgh*, e atualmente é professor do Departamento de Informática e Métodos Quantitativos da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV/EAESP).



CERTIFICAÇÃO

Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA, nível Especialização da Fundação Getúlio 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.

Será outorgado pela FGV, por meio da EBAPE, o certificado de "Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, **MBA em Gestão: Big Data e Business Analytics**, Nível Especialização" aos participantes que atenderem a todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso.

Sobre a EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

A EBAPE foi criada em abril de 1952, com o apoio das nações unidas, voltada inicialmente para o aperfeiçoamento de profissionais do setor público brasileiro, e teve um papel pioneiro no ensino universitário ao instituir o primeiro curso superior de Administração Pública do país. Com o passar dos anos, expandiu sua atuação também para a área de gestão empresarial privada, oferecendo uma série de programas de educação continuada, bem como mantém um amplo programa de pesquisas e consultoria técnica a empresas e entidades do governo. A Escola conquistou credibilidade, legitimidade e uma capacidade surpreendente de agregar conhecimento de alto nível aos seus estudantes, introduzindo-os em um processo produtivo de excelência.

PROGRAMA E CARGA HORÁRIA



Módulo Gestão

01. Estratégia Corporativa e de Negócios	24 h/a
02. Estratégias de Marketing	24 h/a
03. Economia dos Negócios	24 h/a
04. Gestão de Projetos	24 h/a
05. Liderança e Gestão de Equipes	24 h/a
06. Transformação Digital	24 h/a
07. Empreendedorismo e Gestão da Inovação	24 h/a
08. Finanças Corporativas	24 h/a
09. Jogo de Negócios	24 h/a

Módulo Big Data e Business Analytics

10. Decisões Empresariais e Raciocínio Analítico	24 h/a
11. Inferência Estatística	24 h/a
12. Banco de Dados e Visualização	24 h/a
13. Bancos de Dados Distribuídos	24 h/a
14. Análise Preditiva	24 h/a
15. Análise Preditiva Avançada	24 h/a
16. Aplicações em Decisões Mercadológicas	24 h/a
17. Estatística Espacial	24 h/a
18. Análise de Mídias Sociais e Mineração de Texto	24 h/a

Carga Horária Total

432 h/a



1. Estratégia Corporativa e de Negócios

Conceito de estratégia, planejamento e execução estratégica. Reformulação do core business em tempos de transformação digital. Identidade estratégica da organização, propósito e valores. Análise e gestão dos stakeholders. Análise do ambiente externo: cenários prospectivos, oportunidades e ameaças. Análise competitiva e do ambiente interno: recursos, capacidades, competências e cadeia de valor. Formulação de estratégias adaptativas. Geração de vantagens competitivas. Condições para a formulação de objetivos prioritários. Alinhamento estratégico por meio do Balanced scorecard (BSC). Objectives and key results (OKRs) e iniciativas estratégicas. Fatores Críticos de Sucesso para a organização. Principais barreiras à execução estratégica. Mapas estratégicos.

2. Estratégias de Marketing

Evolução do Marketing: do tradicional ao digital. Segmentação e comportamento dos consumidores individuais e organizacionais. Desenvolvimento de estratégias de marketing orientadas para o valor. Ferramentas e estratégias de marketing digital. Mídias sociais e marketing de conteúdo. Inteligência em marketing: automação, análise de dados, ferramentas de análise e métricas de desempenho. Tendências futuras em marketing. Inteligência artificial e outras tecnologias emergentes. Fatores exógenos e endógenos que compõem o ambiente de marketing. Marketing personalizado. Impacto da inteligência artificial e outras tecnologias emergentes.

3. Economia dos Negócios

Macroeconomia. Indicadores econômicos. Flutuações cíclicas e crescimento de longo prazo. Inflação, índices de preço e suas aplicações. A influência da teoria econômica e a atuação do Banco Central sobre os negócios. Política monetária, taxas de juros e regime de metas para a inflação. Elementos de macroeconomia aberta: taxas de câmbio, regimes cambiais e balanço de pagamentos. Política fiscal e desigualdade. Comércio internacional: principais indicadores, mecanismos e instituições. Microeconomia: oferta, demanda e seus determinantes. Outras estruturas de mercado, oligopólios e defesa da concorrência.

4. Gestão de Projetos

Fundamentos de projeto, programa e portfólio; Fatores de sucesso em gerenciamento de projetos; Características e competências do gerente de projetos; Tipologia de organizações para gerenciamento de projetos; Domínios e princípios de performance; Tipos de ciclo de vida; Contexto de utilização de métodos preditivos, ágeis e híbridos; Papéis, artefatos e eventos relacionados ao gerenciamento de projetos, programas e portfólios; Gerenciamento de projetos preditivos; Elaboração e gerenciamento de projetos ágeis, híbridos. Inteligência artificial e o impacto na gestão de projeto, programa e portfólio.

5. Liderança e Gestão de Equipes

Liderança no contexto de mudanças ambientais, organizacionais e de transformação digital. Desenvolvimento de competências para a liderança na era da transformação digital. Teorias e abordagens para a liderança. Feedback para o desenvolvimento de equipes. Inteligência sócio-emocional e gestão de relacionamentos. Formação e estratégias de desenvolvimento de equipes. Características e tipos de equipe. Fases do desenvolvimento de equipes. Diversidade nas equipes. Motivação e engajamento de equipes. Teorias motivacionais e prática da liderança. Desenvolvimento e retenção de talentos. Delegação, feedback, autonomia e empowerment. Gestão remota e a liderança por entregas.

6. Transformação Digital

Tecnologia da informação (TI) nas organizações. Estratégia e competitividade. Nova economia, tecnologias disruptivas e mindset digital. Os pilares da transformação digital. Maturidade digital. Transformação digital do modelo de negócios. Transformação digital e o impacto na jornada de clientes, de consumidores e de colaboradores. Desafios e riscos da segurança da informação. Inteligência artificial e aplicações na gestão empresarial.

DISCIPLINAS



7. Empreendedorismo e Gestão da Inovação

Conceitos e fundamentos do Empreendedorismo. Diferentes abordagens para o empreendedorismo. Perfis de empreendedor. Empreendedorismo corporativo. Mapeamento e análise de oportunidades para empreender. Centralidade do cliente. Elementos para viabilidade de um empreendimento. Introdução ao plano de negócio. Captação de recursos. Inovação. Etapas do design thinking. Fundamentos da startup enxuta. Construção do Mínimo Produto Viável (MVP). Inovação disruptiva e sustentativa. Inovação aberta. Elementos do sistema de gestão da inovação. Funil da inovação (stage gate). Inovação e processos de mudança. Modelos de negócio.

8. Finanças Corporativas

Visão geral de finanças para gestores e seu alinhamento com as demais áreas da organização. Matemática Financeira aplicada - valor do dinheiro no tempo, juros compostos e transformação de taxas. Determinação do fluxo de caixa livre para viabilidade econômico-financeira de projetos de investimento. Métodos de análise de viabilidade econômico-financeira de projetos de investimento - valor presente líquido (VPL), taxa interna de retorno (TIR) e período payback simples (PBS) e descontado (PBD). Fundamentos da avaliação de empresas. Processos de valuation de empresas disruptivas e impactos das moedas digitais. Relação risco versus retorno. Modelo do CAPM e do custo médio ponderado de capital).

9. Jogo de Negócios

Valorização do trabalho em equipe. Análise e diagnóstico do ambiente de negócio. Definição de objetivos, planos de ação e metas. Decisões de estratégia, de marketing e de aspectos comerciais. Decisões relativas aos aspectos operacionais e da gestão de pessoas. Decisões no âmbito da gestão econômico-financeira. Análise de resultados e revisão de estratégias.

10. Decisões Empresariais e Raciocínio Analítico

O processo decisório: Desafios e dilemas do processo decisório; Aspectos cognitivos na tomada de decisão. Abordagens para identificação e modelagem de problemas: Processos versus Indicadores de Gestão; Métodos para modelagem de problemas empresariais; O método das Perguntas Críticas de Negócio. *Business Intelligence versus Data Science*. Gerenciamento dos projetos analíticos.

11. Inferência Estatística

Modelo Estatístico: Estimação e Intervalo de Confiança. Teste de Hipótese: Estudo dos principais conceitos; Testes clássicos em R. Regressão Simples: Modelo de regressão simples em R; Interpretação; Resíduos. Regressão Múltipla: Modelo de regressão múltipla em R; Interpretação; Testes; *Outliers*. Análise de Regressão. Análise de resíduos.

12. Banco de Dados e Visualização

Big Data e *Data Driven Economy*. Introdução à análise exploratória de dados em SQL e *Tableau*. Conduzir análise exploratória de dados, identificando seus principais conceitos, técnicas e limitações. Ambiente e programação SQL. Visualização de dados com *Tableau*. Aplicar técnicas exploratórias e descritivas na análise de dados. Identificar relacionamentos entre variáveis e analisar modelos baseados em dados amostrais.



13. Bancos de Dados Distribuídos

Computação distribuída e em nuvem. Revisão de bancos de dados relacionais e da linguagem SQL. Integração entre *Hadoop* e demais ferramentas de *business Analytics*. Acesso ao *Hadoop* através de interfaces de programação e comandos. Utilização de bibliotecas de análise *in-db* (*MADLIB*). Tecnologias de dados não estruturados (*NoSQL*).

14. Análise Preditiva

Princípios de modelagem preditiva: Preditiva vs Inferencial; Funções de perda e risco; Métricas de avaliação; Conjunto de treino e teste; Erro dentro e fora da amostra. Regressão Logística: Modelos; Estimativa de modelos logísticos; Regularização L2; Implementação dos métodos em R. Árvores de Decisão: Modelos de árvore de decisão; *Bagging*; *Random forests*. Validação: *Overfitting*; Regularização; Validação cruzada; AIC/BIC.

15. Análise Preditiva Avançada

Otimização não linear. Algoritmos estocásticos. Redes neurais (*feedforward*, recorrentes, adversariais, generativas, profundas). Máquinas de vetores de suporte: Otimização quadrática; SVM linear; SVM com Kernel; Aplicações de SVM. Técnicas para seleção e combinação de modelos: Algoritmos genéticos com aplicação a seleção de modelos; Técnicas baseadas em *voting*; *Weak learners*; *Boosting*; Combinação de previsão; *Stacking*.

16. Aplicações em Decisões Mercadológicas

Introdução às capacidades analíticas em marketing; conceitos e aplicações. Identificar os típicos desafios e contexto de mercado em as empresas precisam aperfeiçoar as suas decisões de marketing. Estruturação das métricas para identificar os drivers de vendas, lucro e participação de mercado. Retorno sobre Investimentos (ROI) de marketing. Análise dos resultados de programas de comunicação de marketing e força de vendas.

17. Estatística Espacial

Geomarketing e Geoinformação: Tomar decisões com visão sobre o território; Fontes de Dados Geográficos, Demográficos e Censitários. Conceitos de Informações Espaciais - Modelos de Dados. Exploração de Dados Geográficos: Busca por Endereço e Geocodificação; Proximidade, Conectividade, Continência; Mapas Temáticos; Associação Geoespacial entre Variáveis; Sumarização de Dados. Análise Geográfica e Estatística Espacial.

18. Análise de Mídias Sociais e Mineração de Texto

Relações e Capital Social. Análise de Redes: Conceitos e Aplicações; Atributos e Visualização; Medidas de Ego e Centralidade; Coesão e Homofilia; Equivalência Estrutural e Estatística em Redes. Redes e Ambiente Organizacional: Relações intra e interorganizacionais; Mercados como Redes; Redes e Desempenho; Redes; Conhecimento e Inovação. Mineração de Texto: Análise de sentimentos. Modelagem de dados textuais.

MÓDULOS INTERNACIONAIS

A FGV e a STRONG possuem convênios com renomadas instituições no exterior para oportunidade de aprimoramento com Módulos Internacionais de Extensão de MBA e Pós.

Os principais objetivos desses cursos, são:

- Desenvolver uma 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 aculturação 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.



University of California - Irvine
Business and Management for
International Professionals

University of California -
Los Angeles
Global Marketing & Strategies



University of Chicago
Finance and Investment
Strategies

Chinese University of Hong Kong
China Business & Economic
Strategies for Managers



ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Centro Universitário de Lisboa
Gestão de Negócios

School of International Business
and Entrepreneurship Stuttgart
Innovation and Entrepreneurship



SCHOOL OF INTERNATIONAL
BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP
STEINBEIS UNIVERSITY





CONVENIADA



strong.com.br

 (11) 98204-2243

educacaoexecutiva.fgv@strong.com.br

Alphaville

Av. Tocantins, 125 -
Edifício 2

Osasco

Av. Franz Voegeli, 707
(Shopping União)

Santo André

Av. Industrial, 1455
Bairro Jardim

Santos

Av. Conselheiro Nébias,
175