



# MBA EXECUTIVO EM GESTÃO ESTRATÉGICA E ECONÔMICA DE NEGÓCIOS



# 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

Vivemos em um ambiente de negócios cujas mudanças ocorrem de forma cada vez mais acelerada e cujos agentes são cada vez mais complexos. É preciso, portanto, entender a importância de cada um desses agentes bem como os seus impactos nos negócios, pois, mais do que nunca, os empreendimentos são influenciados por razões econômicas, sociais, políticas, ambientais, sanitárias e mercadológicas. Para o/a gestor/a, os desafios aumentaram. Sendo assim, é fundamental aprender continuamente. Aprender a desenvolver uma visão sistêmica, a traçar estratégias e a liderar pessoas em ambientes ultra-competitivos. A dinâmica dos negócios também está mudando para ambientes mais colaborativos, mais descentralizados e mais incertos.

O **MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios** tem por missão desenvolver uma visão global e sistêmica das atividades empresariais bem como formar executivos/as e empreendedores/as que saibam como criar valor para a sua empresa. O objetivo principal do curso é preparar nossos/as estudantes para assumir posições de destaque na direção das empresas e ser donos/as do seu próprio negócio. O curso busca motivar os/as participantes a serem protagonistas, liderando pelo exemplo, respeitando e valorizando a diversidade e o meio ambiente, buscando criar uma sociedade mais justa e com mais oportunidades para o desenvolvimento social.

## OBJETIVOS DO CURSO

No **MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios** você será capaz de:

- Identificar, implantar e utilizar tecnologias para aumentar a eficiência operacional e conquistar mercados;
- Identificar oportunidades de novos negócios;
- Mapear e desenvolver o valor dos ativos intangíveis da organização;
- Construir modelos de negócio inovadores;
- Aplicar habilidades comportamentais e de relacionamento;
- Propor e implementar estratégias geradoras de valor para a empresa, com base em uma ampla visão sistêmica sobre redes empresariais e na análise do ambiente de negócios e
- Analisar e decidir sobre o uso mais eficiente dos recursos da empresa, de modo a maximizar a criação de lucro para os/as acionistas e os benefícios para a sociedade.

## A QUEM SE DESTINA

O **MBA Executivo em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios** é recomendado a empresários/as, executivos/as, consultores/as e empreendedores/as graduados/as em qualquer área de conhecimento.

## COORDENAÇÃO

Prof. ANTÔNIO ANDRÉ NETO  
Doutor (COPPE/UFRJ)

**Doutor** em Análise de redes sociais - COPPE/UFRJ; **Mestre** em Gestão de Negócios Internacionais - UFF; **Especializações:** Mergers and Acquisitions: The Wharton School - University of Pennsylvania; Negotiation: Harvard University; International Management: University of California; Frohling 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.



## 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 EESP, 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.

### Sobre a EESP - Escola de Economia de São Paulo

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.

# PROGRAMA E CARGA HORÁRIA



## MÓDULO: Estratégico

01. Visão Sistêmica e Dinâmica dos Negócios .....	24 h/a
02. Cenários Econômicos e Tendências .....	24 h/a
03. Estratégias para o Crescimento da Empresa .....	24 h/a
04. Gestão de Marketing e Mídias Sociais .....	24 h/a
05. <i>Workshop</i> : Planejamento Estratégico .....	24 h/a

## MÓDULO: Gestão Financeira

06. Finanças Empresariais .....	24 h/a
07. Análise das Demonstrações Contábeis .....	24 h/a
08. Análise de Projetos de Investimento .....	24 h/a
09. Gestão de Custos e Formação Estratégica de Preços .....	24 h/a
10. <i>Workshop</i> : Orçamento Empresarial .....	24 h/a

## MÓDULO: Competividade Empresarial

11. Gestão de Ativos Intangíveis .....	24 h/a
12. Liderança em Ambientes Competitivos .....	24 h/a
13. <i>Environmental, Social e Corporate Governance</i> .....	24 h/a
14. Gestão da Cadeia de Valor .....	24 h/a
15. <i>Workshop</i> : Estruturação de Negócios .....	24 h/a

## MÓDULO: Gestão de Negócios

16. Gestão de Vendas .....	24 h/a
17. Negócios Digitais .....	24 h/a
18. Negócios Internacionais .....	24 h/a
19. Fusões e Aquisições .....	24 h/a
20. <i>Workshop</i> : Plano de Negócios .....	24 h/a

**Carga Horária Total** .....

**480 h/a**

# DISCIPLINAS



## 1. Visão Sistêmica e Dinâmica dos Negócios

Visão sistêmica dos negócios e suas interações com os diversos setores. Redes empresariais e suas conexões. Fornecedores, prestadores de serviços, efetividade dos canais de distribuição, redes de manutenção e assistência técnica, entidades classistas e concorrentes. Redes organizacionais em serviços. Dinâmica dos negócios e cadeia de valor: indústrias, varejo, serviços e agronegócio. Principais fluxos de negócio na indústria, no varejo e no setor de serviços. Características dos serviços: puros, prestados por meio de produtos e serviços on-line.

## 2. Cenários Econômicos e Tendências

Relacionar as constantes mudanças no ambiente econômico e social bem como os seus impactos nas organizações. Analisar o cenário econômico com base em parâmetros mensuráveis. Avaliar as tendências de mercado, moeda (*criptoativos*, moedas virtuais, etc.) e sistema financeiro. Criar cenários que contribuam para o estabelecimento das diretrizes estratégicas da organização. Comparar os diferentes cenários econômicos que melhor contribuam para a elaboração do planejamento estratégico da(s) empresa(s) de diferentes segmentos.

## 3. Estratégias para o Crescimento da Empresa

Evolução e principais pensadores da estratégia. Estratégia aplicada aos negócios: manutenção de *market share*. Criação de barreiras de entrada. Aumento de *market share*. Lançamento de novos produtos e novos serviços. *Scale-up*. Internacionalização da empresa/do negócio. Aquisições (M&A). Alianças estratégicas. Inovação em produtos e serviços. Inovação no modelo de negócio. Empresas exponenciais. Desenvolvimento e gerenciamento dos indicadores de desempenho estratégico. Objetivos, metas e *objectives and key results* (OKRs)

## 4. Gestão de Marketing e Mídias Sociais

Marketing como ferramenta competitiva da empresa; Tipos, origem, evolução e conceitos fundamentais do marketing; Marketing como diretriz empresarial; Mercado, clientes e consumidores/as; Sistemas de informação de marketing; Pesquisa de marketing; Comportamento do/a consumidor/a; Segmentação e definição de mercado alvo; Posicionamento de marketing. Proposta de valor. Ações integradas de marketing e vendas: Gestão da marca; Métricas de marketing; Esforço promocional; Marketing de serviços. Marketing nas mídias digitais.

## 5. *Workshop*: Planejamento Estratégico

Analisar o ambiente de negócios. Analisar os cenários e as tendências para definir as melhores estratégias. Identificar as principais estratégias para a empresa. Aplicar as técnicas de construção de um plano estratégico. Construir, apresentar e defender o plano estratégico.



## 6. Finanças Empresariais

Visão geral das finanças para gestores/as empresariais. Valor do dinheiro no tempo. Juros simples e juros compostos. Taxas de juros efetivas e equivalentes. Risco e retorno. Custo de oportunidade e taxa mínima de atratividade. Estrutura de capital. Custo do capital próprio e de terceiros: modelo CAPM e custo médio ponderado do capital (WACC). Cálculo matemático dos critérios de valor presente líquido (VPL), taxa interna de retorno (TIR) e *payback* descontado.

## 7. Análise das Demonstrações Contábeis

Sistema de informação contábil. Relatórios relevantes para gestão (balanço patrimonial - BP, demonstração de resultado do exercício - DRE, demonstração dos fluxos de caixa - FCX e demonstrações das mutações do patrimônio líquido - DMPL). Análise fundamentalista da situação econômico-financeira de empresas por meio de indicadores de desempenho: liquidez, estrutura de capital, prazos médios, alavancagem financeira, lucratividade e rentabilidade. Análises horizontal e vertical.

## 8. Análise de Projetos de Investimento

Fluxos de caixa do/a acionista e do projeto/da empresa. Fluxos de caixa em moeda constante e corrente. Estruturar e analisar fluxos de caixa. Comparar projetos de investimento. Comparação entre projetos e análise incremental. Utilização da taxa de desconto para cada tipo de fluxo de caixa. Aplicar critérios de avaliação e seleção de projetos de investimento. Seleção de projetos pelos critérios do VPL, da TIR e do *payback* descontado. Analisar e avaliar riscos e incertezas em projetos de investimento.

## 9. Gestão de Custos e Formação Estratégica de Preços

Formular as estratégias de preço e custeio. Custos empresariais pelos métodos de custeio por absorção/funcional e variável/por contribuição no processo decisório. Manutenção ou a retirada de produtos mediante avaliação da margem de contribuição. Ponto de equilíbrio, margem de segurança e o grau de alavancagem operacional. Identificar os impactos dos custos financeiros e dos tributos na formação do preço. Projetar o preço de venda de produtos e serviços considerando o custo, a percepção de valor e a concorrência.

## 10. *Workshop*: Orçamento Empresarial

Categorizar os gastos da empresa. Analisar o ponto de equilíbrio quando da tomada de decisão. Recomendar o melhor tipo de orçamento. Elaborar as planilhas relacionadas aos orçamentos operacional e financeiro. Elaborar os principais relatórios contábeis. Comparar o orçado ao realizado. Recomendar as ações corretivas para alcance das metas do planejamento. Elaborar o orçamento de uma empresa.



## 11. Gestão de Ativos Intangíveis

Nova economia e transformação digital mudando o conceito de ativos de uma empresa. Identificar e qualificar os principais ativos intangíveis das organizações. Importância dos ativos intangíveis. Apresentar o valor contábil e o valor econômico dos ativos intangíveis. Administrar os ativos intangíveis para criar valor para a empresa. Desenvolvimento de uma proposta de estratégia para criar valor para uma empresa por meio de ações direcionadas à melhoria dos ativos intangíveis.

## 12. Liderança em Ambientes Competitivos

Melhores práticas de liderança aplicadas a ambientes competitivos. Competências, habilidades e atitudes de um/a líder visionário/a. Liderando pessoas e equipes de alto desempenho: *anytime, anywhere*. Inteligência emocional e percepção. Habilidades comportamentais na gestão de pessoas. Ética aplicada ao cargo, às equipes e ao negócio. Confiança *versus* reputação. Importância da comunicação eficaz. Gestão de conflitos. Equipes heterogêneas. Identificar e desenvolver talentos.

## 13. Environmental, Social e Corporate Governance

Estrutura e conflitos de governança na organização. Avaliar os riscos sociais, ambientais e de governança para as organizações. Construir o relatório GRI para a organização. Conformidade das práticas socioeconômicas da empresa. Conformidade ambiental às leis anticorrupção e à legislação tributária. Diversidade da força de trabalho. Liberdade sindical. Práticas de segurança no trabalho. Saúde e segurança de consumidores. Políticas de diversidade. Alinhamento da cultura organizacional à heterogeneidade da força de trabalho.

## 14. Gestão da Cadeia de Valor

Cadeia de valor das organizações e no *e-commerce*. Redes organizacionais. Mapeamento e otimização dos processos de negócio da empresa. Cadeia de suprimentos. Operações. Canais de venda e distribuição. Redes de assistência técnica e manutenção. Logística reversa aplicada aos processos de troca e reciclagem. Visão sistêmica dos processos. Componentes do planejamento da demanda. Melhores práticas da gestão e integração entre vendas e operações – *sales & operations management (S&OP)*.

## 15. Workshop: Estruturação de Negócios

Identificar oportunidades de novos negócios. Definir a proposta de valor (*value proposition*). Definir o modelo de negócio. Identificar as partes interessadas (*stakeholders*) do negócio. Identificar de que forma e onde obter recursos financeiros e operacionais para o negócio. Criar a equipe e a infraestrutura para iniciar e operar o negócio. Elaborar a justificativa financeira para o novo empreendimento.





## 16. Gestão de Vendas

Vendas na gestão estratégica da empresa: Reconhecer a importância das estratégias de venda. Acesso ao mercado (*go to market*); Canais de venda e de distribuição; Funções de venda e fluxos distributivos. Acesso ao mercado por meio dos diversos tipos de canal de venda: Tipos de venda; Estruturar e identificar os canais de venda. Abordagens de venda e compra considerando os diversos tipos de cliente. Venda de serviços. Tecnologia da informação e comunicação a serviço das ações de venda.

## 17. Negócios Digitais

Transformação digital e seus impactos nos negócios e na vida das pessoas. Tecnologia e mudança de comportamento pessoal e social. Trabalho *anytime, anywhere*. Novos modelos de negócio baseados em *data science, analytics, blockchain*, criptomoedas, inteligência artificial, *machine learning*, 5G, *IoT, wearables*, realidade virtual, realidade aumentada e universo dos games. Impactos e tendências no ambiente de negócios digitais. Principais riscos e conhecer os avanços da *cyber securit*: Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

## 18. Negócios Internacionais

Identificar os principais fluxos dos negócios internacionais e seus impactos na economia. Evolução do comércio internacional brasileiro. Práticas e aplicação da legislação do comércio internacional. Demonstrar a importância estratégica da internacionalização dos negócios. Compreender o Risco Brasil e a geração de receitas em moedas fortes. Adotar as melhores práticas de *compliance*. Principais estratégias para internacionalização de empresas e negócios. Cases de sucesso de empresas brasileiras multinacionais.

## 19. Fusões e Aquisições

Identificar estratégias para o crescimento da empresa por meio de aquisições. Analisar o mercado para identificar empresas com potencial de aquisição. Elaborar estudos preliminares para o processo de aquisição. Identificar os métodos de avaliação de empresas (*valuation*). Gerenciar as diversas etapas da aquisição. Integração da empresa adquirida, comunicação ao mercado, pessoas, sistemas, processos, infraestrutura, carteira de clientes, fornecedores, associação classista, governo nas diversas esferas.

## 20. *Workshop*: Plano de Negócios

Desenvolver um trabalho em equipe, reunindo os conhecimentos multidisciplinares para elaborar um plano de negócios. Criar um plano de negócios consistente, considerando a correlação de todos os aspectos abordados pelo plano. Desenvolver a habilidade de apresentar e defender um plano para públicos diversos.

# 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](http://strong.com.br)

 **(11) 98204-2243**

[educacaoexecutiva.fgv@strong.com.br](mailto: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