



MBA EM GESTÃO: TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



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: Tecnologia da Informação** proporciona ao aluno o desenvolvimento de várias competências, como liderança, estratégia, capacidade de planejamento e tomada de decisões importantes para a empresa. O curso enfatiza o ambiente de TI, tecnologias disponíveis e emergentes e novos modelos de gestão e de negócios, provendo ao aluno o conhecimento teórico e prático necessário para exercer funções executivas na área de TI ou nas áreas correlatas.

A evolução das telecomunicações é visível e cada vez mais latente na atualidade, principalmente em grandes empresas que costumam acompanhar as mudanças tecnológicas do mercado. O **MBA em Gestão: Tecnologia da Informação** apresenta conceitos e técnicas associados à gestão estratégica que vão capacitar você a identificar e implementar soluções de TI a partir de uma visão integrada e alinhada às demais áreas da empresa.

OBJETIVOS DO CURSO

No **MBA em Gestão: Tecnologia da Informação** você vai adquirir:

- visão holística das atividades empresariais, com foco na criação de valor para a empresa;
- conhecimentos técnicos e habilidades para se tornar gestor 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 apto a elaborar um projeto de carreira e
- visão estratégica e habilidades de gestão, construindo as competências técnicas fundamentais à formação de um líder.

A QUEM SE DESTINA

O **MBA em Gestão: Tecnologia da Informação** é recomendado para:

- graduados em informática ou em área correlata com curso superior de duração plena (mais de quatro anos);
- profissionais graduados em áreas não correlatas que possuem experiência profissional em áreas ligadas à tecnologia da informação e
- profissionais que exercem ou pretendem exercer cargos executivos na área de tecnologia da informação e desejam compreender as transformações que o setor vem impondo à área de *management* na economia digital.

COORDENAÇÃO

Prof. BETOVEM ANTONIO L. RODRIGUES COURA

Doutor (Universidade da Flórida)

Doutor em Administração com pesquisa na área de Finanças e Contabilidade Gerencial pela Universidade da Flórida, **Mestre** em Administração de Empresas com concentração em Finanças pelo IBMEC, e **Graduado** em Engenharia de Produção e Administração de Empresas, com MBA em Engenharia Econômica e Financeira pela UFF. Diretor da MVCon, prestando consultoria em Gestão Estratégica de Custos, Valuation, Posição Relativa de Custos (PRC), Benchmarking, Cadeia de Valores, Balanced Scorecard (BSC) e Alianças Estratégicas. Mais de 15 anos de experiência executiva em multinacional farmacêutica e banco de investimentos. Atualmente é CEO do ChaDo. Professor dos MBAs da FGV, tendo lecionado na UFF, no IBMEC e na Universidade de Lisboa (ISCTE). Coordenador Acadêmico dos MBA's FGV em áreas de Gestão e Finanças, bem como em programas corporativos com grandes empresas como Vale, Eletrobrás, Allianz, Cadbury-Adams, Queiroz Galvão, HP, GE, BNB, BRRF, Banco do Brasil e na parceria com a universidade corporativa do Sebrae.

Prof. ANDRÉ BAPTISTA BARCAUI

Pós-doutor (FEA/USP)

Pós-doutor em Administração pela Universidade de São Paulo (FEA/USP). **Doutor** em Administração pela UNR. **Mestre** em Sistemas de Gestão pela UFFRJ, com graduação em Tecnologia da Informação e Psicologia, com formação em terapia cognitivo-comportamental. Foi *project office manager* da Hewlett-Packard Consulting e gerente de programa e serviços na IBM. É membro-fundador do PMI Chapter Rio e hoje faz parte do seu Conselho Consultivo. É certificado em PMP, PMI-ACP, DASSM, KMP, *Master Coach*, *Professional Scrum Master*, *Professional Scrum Product Owner (PSO I)*, *Public-Private Partnerships Foundation (CP3P)*, *SAFe Agilist* e *Agile Coaching (ICP-ACC)*.



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: Tecnologia da Informação**, 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 Tecnologia da Informação

10. Negociação e administração de conflitos	24 h/a
11. Modelos de negócios digitais	24 h/a
12. Direito Digital	24 h/a
13. <i>Agilidade nos negócios e projetos</i>	24 h/a
14. <i>Governança corporativa de TI</i>	24 h/a
15. Gestão da segurança da informação.....	24 h/a
16. Inteligência competitiva e business analytics	24 h/a
17. Inteligência artificial e machine learning	24 h/a
18. Tecnologias emergentes	24 h/a

Carga Horária Total

432 h/a

DISCIPLINAS



1. Estratégia Corporativa e de Negócios

Conceito de estratégia, pensamento, administração e alinhamento estratégico. Definição de missão e visão, valores, política e diretrizes. Análise do ambiente externo: cenários prospectivos, oportunidades e ameaças. Análise competitiva. Análise do ambiente interno: recursos, capacidades, competências e cadeia de valor. Pontos fortes e fracos. Matriz Swot e desenvolvimento de estratégias. Objetivos estratégicos, desenvolvimento de estratégias e planos de ação (5W2H, GUT, etc.). Desenvolvimento e gerenciamento dos indicadores. Balanced scorecard (BSC), objectives and key results (OKRs) e outras ferramentas estratégicas para monitoramento e tomada de decisão. Modelos estratégicos contemporâneos voltados para o crescimento do negócio.

2. Estratégias de Marketing

Estratégias de segmentação e comportamento dos consumidores individuais e organizacionais. Estratégias de posicionamento. Composto de marketing. Reconfiguração das políticas de estratégias de marketing e relacionamento com os clientes no ambiente digital. Fatores exógenos e endógenos que compõem o ambiente de marketing.

3. Economia dos Negócios

Macroeconomia: indicadores. Flutuações cíclicas e crescimento de longo prazo. Inflação, índices de preço e suas aplicações. Atuação do Banco Central e sua influência 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. 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 aos métodos preditivos e ágeis. Gerenciamento de projetos preditivos. Gerenciamento de projetos ágeis.

5. Liderança e Gestão de Equipes

Liderança no contexto de mudanças ambientais e organizacionais. Desenvolvimento de competências para a liderança na era da transformação digital. Teorias e abordagens para a liderança. Feedback para o desenvolvimento de equipes. Gestão das emoções, relacionamento interpessoal e desempenho. 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. Delegação, autonomia e empowerment nas equipes.

6. Transformação Digital

Tecnologia da informação (TI) nas organizações e inovação tecnológica, estratégia e competitividade. Transformação digital: aspectos essenciais e tendências. Transformação digital e modelos de negócio digital. Nova economia e mindset digital. Papel das pessoas na transformação digital.

DISCIPLINAS



7. Empreendedorismo e Gestão da Inovação

Conceitos e fundamentos do empreendedorismo. Diferentes abordagens para o empreendedorismo. Tipos de empreendedorismo e estratégias para construir uma cultura empreendedora. Modelos para a inovação. Gestão da inovação e métricas. Ambidestria organizacional. Inovação e processos de mudança. Modelos de negócio.

8. Finanças Corporativas

Visão geral de finanças para gestores. 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. 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 e de marketing, e 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. Negociação e administração de conflitos

Gestão de conflitos. Tipos de conflito, impactos e consequências nas organizações. Técnicas e estratégias de resolução de conflitos. Aspectos conceituais, relacionais e culturais de uma negociação. Técnicas, estratégias e táticas de negociação. Tipos e etapas da negociação. Abordagens multidisciplinares e contemporâneas da gestão de conflitos e da negociação nas organizações. Comunicação, persuasão e superação de impasses na negociação. Comunicação não violenta na negociação. Negociação, mediação de conflitos e tomada de decisão.

11. Modelos de negócios digitais

Definição e tipos de modelos de negócios digitais. Modelos de negócio business-to-consumer (B2C). Análise do papel dos brokers eletrônicos. Sistemas de pagamento eletrônico. Modelos de negócio business-to-business (B2B). Modelos de negócios de economia compartilhada (sharing economy). Modelos de negócios para dispositivos móveis (m-business).

12. Direito Digital

Constituição Federal e a tecnologia da informação. Marco Civil da Internet. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Propriedade intelectual e contratos eletrônicos. Privacidade. Direito ao esquecimento.

DISCIPLINAS



13. Agilidade nos negócios e projetos

Introdução à agilidade. Manifesto ágil. Valores e princípios ágeis. Filosofia Lean. Método Kanban. Lead time do fluxo de trabalho. Limitações de WIP. Framework Scrum. Papéis no Scrum. Cerimônias Scrum. Artefatos usados no Scrum. Estimativas ágeis. Gráficos de controle. Scrumban. Lean startup. Objective and key results (OKR). Escalada ágil. Agilidade nos negócios.

14. Governança corporativa de TI

Estratégia de negócio e TI. Ambiente de TI. Inovação tecnológica. Estrutura organizacional. Posicionamento de TI estrutura de governanças. Papel da governança. ESG versus TI. Integração das governanças e dos desafios. Modelo ITGI. TI bimodal. Motivadores e desafios da implementação. Papel dos riscos na governança de TI. Aceitar/transferir/mitigar/eliminar. Modelos tradicional, híbrido e ágil. Processos e ciclo de vida. Ligação com o PETI. Domínios. Processos. Níveis de maturidade. Estratégia. Desenho. Transição. Operação. Melhoria contínua. BSC. OKR

15. Gestão da segurança da informação

Visão sistêmica executiva de segurança da informação. Estratégias de segurança da informação. Tipologias de ataques. Vulnerabilidades. Ameaças. Impactos. Análise de riscos, privacidade e outras medidas de gestão de riscos da informação.

16. Inteligência competitiva e business analytics

Visão sistêmica do processo de tomada de decisão empresarial. Papel da análise de dados no apoio à tomada de decisão. Caracterização das relações do BA com business intelligence e data science. Identificação de leads. Sistemas de recomendação de produtos para clientes. Identificação de perfis de clientes e people analytics. Análise dos ambientes interno e externo e de dados e variáveis relevantes para o posicionamento estratégico. Principais bases de dados disponíveis e seu uso. Sistemas de apoio à decisão. Fundamentos e principais ferramentas de análise preditiva, prescritiva e descritiva. Análise de texto e web. Processos de tomada de decisão no contexto do BA. Otimização e simulação. Big data.

17. Inteligência artificial e machine learning

História da IA. Evolução das aplicações de IA. Tipos de IA. Considerações sobre ciência de dados. Introdução ao aprendizado de máquina - machine learning (ML). Categorias de aprendizado. Tipos de algoritmo de ML. Seleção de algoritmo com base no modelo de inteligência artificial (IA) a ser desenvolvido. Aplicações e possibilidades relacionadas a cada tipo de algoritmo. Aplicações de IA em diversas áreas da organização. Tipos e modelos de governança em IA. Governança dos ambientes para ciência de dados. Transparência e auditoria. IA e paradoxo da privacidade de dados. Questão da ética na IA.

18. Tecnologias emergentes

Análise de tecnologias de ruptura, seu impacto em modelos de negócios existentes e na criação de novos modelos de negócios. Introdução à tecnologia blockchain. Aspectos tecnológicos das redes e serviços em blockchain. Aplicações empresariais da tecnologia blockchain. Introdução à internet das coisas (IoT). Aspectos tecnológicos da internet das coisas. Aplicações empresariais da internet das coisas. Introdução à tecnologia non-fungible token (NFT). Aspectos tecnológicos dos NFTs. Aplicações empresariais dos NFTs. Introdução à realidade virtual e ao metaverso. Aspectos tecnológicos da realidade virtual e do metaverso. Aplicações empresariais da realidade virtual e do metaverso. Riscos e desafios associados a essas tecnologias emergentes

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



**EDUCAÇÃO
EXECUTIVA**

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