

## MBA GESTÃO DE NEGÓCIOS

### 1. CONCEPÇÃO

**Gestão de negócios** é uma área da administração de empresas públicas ou privadas de pequena, médio ou grande porte, focada no terceiro setor, especificamente na prestação de serviços. Tem como finalidade gerenciar ações planejadas para a concretização de objetivos, com predominância generalista, focado no sistema organizacional, buscando equilíbrio entre a teoria e prática.

### 2. JUSTIFICATIVA

O curso MBA Gestão de Negócios, permitirá que o profissional das áreas afins amplie e atualize seus conhecimentos para atender o mercado profissional cada vez mais competitivo, permitindo ao participante aprimorar o currículo; diferenciar e crescer profissionalmente; reciclar e atualizar conhecimento adquirido na graduação; ampliar networking.

A globalização requer cada vez mais que os profissionais estejam habilitados tanto na teoria quanto na prática para desempenhar os desafios que o mercado atual exige. Diante disso, as empresas priorizam contratações de profissionais empreendedores com habilidades que permitam acompanhar o ritmo acelerado das mudanças contínuas, ampliando novos mercados e vencendo a concorrência através do diferencial da equipe.

### 3. OBJETIVOS Geral

O Curso tem por objetivo geral capacitar os participantes novos conceitos, métodos e técnicas de gestão aplicáveis em ambientes multiculturais, que lhes permitam ser profissionais valorizados em suas áreas de atuação. Proporcionará conhecimentos técnicos de gestão de liderança tanto no ambiente das organizações nas quais trabalham, quanto no desenvolvimento de negócios próprios, contribuindo ainda para o desenvolvimento ético e profissional dos participantes.

#### Específico

Permitir que os profissionais exerçam atividades de alto nível em administração de negócios, desenvolvendo habilidades em comunicação, planejamento estratégico, liderança e negócios. Relacionar o conhecimento teórico à prática de gestão; exercitar o autoconhecimento de competências comportamentais para elaborar e planejar o crescimento profissional; permitirá desenvolver visão estratégica com habilidades básicas de gestão essenciais nas atividades de liderança.

### 4. PÚBLICOS ALVO

Profissionais graduados que tenham como objetivo reciclar e adquirir conhecimentos que permitam o crescimento profissional e atingir novos níveis de formação acadêmica.

Profissionais que sintam necessidade de reciclagem, que aspirem cargos executivos em suas empresas, que demandem além de experiência profissional, sólidos conhecimentos de economia, finanças, marketing e gestão de pessoas.

### 5. COORDENAÇÃO TÉCNICA

Professor Jaime Cardoso - Mestre em Sistemas de Gestão pela UFF  
Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/2374459250429370>

## **6. ESTRUTURA MODULAR (todos com 24 horas aulas) A. PRINCÍPIOS DA GESTÃO EMPRESARIAL Objetivo**

Adquirir conhecimento capaz de compreender a evolução das diversas teorias administrativas desenvolvidas até o momento. Identificar fatores capazes de montar projetos de organização empresarial maximizando os seus resultados. Identificar os problemas e as oportunidades organizacionais presentes e futuros. Desenvolver e implementar modelos de gerenciamento e de planejamento.

### **Conteúdo**

O ambiente em que a organização empresarial opera; a natureza sistêmica: características, possibilidades e limitações; as funções básicas do processo administrativo: definição, aplicabilidade e interdependência; a administração empresarial em face às mudanças, tendências e oportunidades.

## **B. GESTÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS Objetivo**

Possibilitar o desenvolvimento de habilidades de gerenciamento e empreendedoras dos alunos, na vida social e no trabalho. Refletir sobre o campo dos negócios, tendo em vista diversas atividades econômicas. Fomentar o desenvolvimento de novos empreendedores, sintonizados com as novas tendências mundiais, avaliando a situação do emprego e identificando oportunidades para aplicar os conhecimentos de forma criativa, gerando empreendimentos de alta importância e relevância para a sociedade.

### **Conteúdo**

A micro e pequena empresa. Conceitos. Características organizacionais. Processo de profissionalização. Órgãos fomentadores. Conceito de empreendedorismo e empreendimento. Perfil do empreendedor. Geração de Ideias. Busca de Informações. Mecanismos e procedimentos para criação de empresas. Qualidade de competitividade. Marketing pessoal e empresarial. Gestão de empreendimentos. O plano de negócio. Avaliação de mercado.

## **C. ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS Objetivo**

O setor de serviços se tornou hoje um dos mais poderosos diferenciais competitivos que uma empresa pode ter, pelo simples fato que bons serviços conseguem facilmente aproximar, conquistar e fidelizar clientes. Assume posição de destaque na economia brasileira contemporânea, seguindo uma tendência histórica de crescimento da participação desse setor no emprego, com possíveis consequências para a produtividade agregada da economia. Compreender o universo da gestão estratégica de serviços de forma sistêmica, por meio da integração e do aperfeiçoamento de suas funções de gestão, operação e serviços, visando atingir uma posição competitiva e diferenciada. Foi responsável por 75,8% do Produto Interno Bruto no ano de 2018.

### **Conteúdo**

Conceito de Serviços; a importância dos Serviços; Estratégia de Serviços; Projeto de Serviços; Processo de Serviços; Gestão de Operações de Serviços; Qualidade em serviços; Avaliação e medição do desempenho de serviços.

## **GESTÃO DE PESSOAS EM AMBIENTES COMPETITIVOS Objetivo**

Promover um ambiente de aprendizado, que permita o desenvolvimento de competências individuais relacionadas à percepção, reflexão e argumentação, além de gerar maiores habilidades para formação, liderança e desenvolvimento de equipes fortes, capacitando o profissional para a gestão que converge para o atingimento dos objetivos estratégicos organizacionais e pessoais.

### **Conteúdo**

Teorias da Motivação; Percepção e Tomada de Decisão Individual; Modelos de Comunicação; Comunicação Efetiva; Comunicação Organizacional; Teorias de Liderança; Estilos de Liderança; Liderança, Poder e Influência nas Organizações; Liderança e Confiança; Grupos e Equipes de Trabalho nas Organizações; Tipos de Grupos e Equipes; Estágios de Desenvolvimento de Grupos; Características dos Grupos

de Trabalho Eficazes; Equipes de Alta Performance; Negociação e Conflito: tipos e técnicas de gestão; Ética e Comportamento Humano nas Organizações.

#### **D. EXCELÊNCIA, EM PROCESSOS E QUALIDADE Objetivo**

A busca pela excelência operacional envolve um contexto de constantes mudanças onde a competição global, a influência dos investidores e a exigência dos clientes determinam fatores que quando gerenciados permitem a existência do negócio. Neste cenário a Gestão da Qualidade é o pilar que sustenta o foco para desenvolver e atender um conjunto de exigências constantes do cliente. Isso determinará um ambiente de aprendizagem e melhoria contínua para a melhor produtividade dos processos e a satisfação do cliente. Neste sentido, a compreensão dos fundamentos e estratégias da qualidade permitem atuar de forma consistente na eliminação de perdas e no estabelecimento de uma cultura preventiva para solução de problemas potenciais.

##### **Conteúdo**

Fundamentos e evolução da qualidade; Visões e Lacunas da Qualidade, Gestão da Qualidade total; Método e Ferramentas para Análise e Solução de Problemas com foco na Melhoria da Qualidade; Custos da Qualidade; Indicadores de Qualidade; Certificações de Qualidade; Auditoria de Sistema de Gestão.

#### **E. LOGÍSTICA EMPRESARIAL Objetivo**

A logística empresarial trabalha um conjunto de estratégias utilizadas para conduzir as organizações empresariais, de forma ágil e eficaz, sempre exigindo excelência no gerenciamento

Contribuir para a formação do administrador, capacitando-o para: Desenvolver nos alunos a capacidade de compreender o papel da logística e da gestão da cadeia de suprimentos, por meio de conceitos, práticas e técnicas aplicáveis aos diversos tipos de organização. Demonstrar aos alunos o papel das redes logísticas em todos os ambientes; avaliar o papel da infraestrutura logística no desenvolvimento nacional por meio das organizações industriais, comerciais e de serviços. Detalhar conceitos e técnicas relacionados às principais funções logísticas,

##### **Conteúdo**

Conhecimento da evolução da Logística, análise da Estratégia da Logística, análise do Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos (Supply Chain Management), analisar a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e o Planejamento Estratégico para a Sustentabilidade Empresarial na Cadeia de Suprimentos, analisar a Cadeia de Valor e economia circular. Impactos do E-commerce na Logística.

**Controle da informação:** Análise da Tecnologia da Informação na Logística, Conhecimentos da normatização, padronização, especificação de materiais e da aplicação da Codificação decimal, barras, 2D e eletrônico.

**Armazenagem:** Análise das boas práticas de Movimentação e Armazenagem de Materiais.

**Compras:** Análise de Técnicas de Negociação e Compras

**Distribuição:** Análise dos recursos para a Logística de Distribuição.

#### **F. CONTABILIDADE PARA ANÁLISE DE NEGÓCIOS Objetivo**

A matéria contábil merece destaque, em função de uma maior demanda por transparência das empresas de capital fechado e aberto, por parte dos mercados financeiros e de capitais. Entender o ambiente contábil das organizações nas quais trabalhamos e com as quais queremos fazer negócios é vital para mensurarmos o retorno econômico dessas organizações, bem como entendermos o grau de risco ao qual estamos expostos dentro do contexto da análise dos seus demonstrativos financeiros.

##### **Conteúdo**

Analisar diferentes modelos de negócio a partir do entendimento do modelo contábil da empresa e de suas Demonstrações Contábeis;

Discutir e compreender o impacto de relevantes eventos contábeis decorrentes dos mais recentes pronunciamentos sobre a análise financeira, incluindo o ajuste a valor presente de ativos e passivos, o tratamento do ágio dos ativos biológicos, impairment, entre outros;

Analisar as principais decisões de negócio (investimento, financiamento e operacionais) bem como as vertentes de rentabilidade, risco e geração de caixa a partir das Demonstrações Contábeis; bem como as diferenças que

envolvem os relatórios contábeis para gestão e para a contabilidade, diferenciando a visão para tomada de decisões e daquelas que envolvem as formas parametrizadas conforme regras que otimizem a tributação para os negócios.

Construir e analisar de forma crítica indicadores extraídos das Demonstrações Contábeis;

Elaborar um parecer crítico acerca das principais vertentes de análise (rentabilidade, risco e geração de caixa) de empresas de diferentes setores a partir da análise das Demonstrações Contábeis. Diferenças entre os demonstrativos de resultados contábeis, daqueles para a tomada de decisão - Contabilidade X Gerencial

#### **F. SISTEMAS DE APOIO À DECISÃO Objetivo**

Apresentar os conceitos relativos aos Sistemas de Informação e Comunicação como ferramentas para apoio à tomada de decisão. Demonstrar o impacto dos sistemas de apoio à decisão na estratégia das empresas. Capacitar os alunos à tomar decisões baseadas nas informações extraídas através da combinação de várias fontes de dados. Conhecer novas tecnologias e se preparar para as tendências de mercado. Entender o papel da tecnologia na ruptura de modelos de negócio. Investigar o funcionamento das tecnologias que regem a Indústria 4.0. Conhecer os sistemas de auto regulação baseados em Big Data;

##### **Conteúdo:**

Introdução aos sistemas de informação e comunicação; Bancos de dados relacionais e não relacionais; Sistemas de informações gerenciais: MRP (Material Requirement Planning), MRPII (Manufacturing Resource Planning), ERP (Enterprise Resource Planning); Intercâmbio de eletrônico de dados (EDI: Eletronic Data Interchange). Sistemas de apoio à Decisão (SAD); Sistemas de Apoio ao Executivo (SAE); Big Data; Inteligência Artificial (AI: Artificial Intelligence); Internet das Coisas (IOT: Internet of Things); Blockchain; Business Intelligence;

#### **G. GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARKETING Objetivo**

Plano estratégico em Marketing orientado para o mercado e aplicado em diferentes tipos de negócio. O Marketing estratégico e sua inter-relação com as demais áreas da organização. Tomada de decisão e investimentos em Marketing nas empresas modernas. Tendências em estratégias de Marketing.

Apresentação da importância do estudo do posicionamento e da análise da oferta da empresa e de seus concorrentes, e o desenvolvimento de estratégias de produto, preço, promoção e de canais de distribuição.

##### **Conteúdo**

Fundamentos de marketing; A função de marketing nas empresas; logística e vantagem competitiva; Seleção e administração de canais de distribuição; Internet, B2B e B2C. Conceitos de marketing de relacionamento; Relacionamentos como estratégia; Política de atendimento ao cliente.

#### **H. MÍDIAS DIGITAIS Objetivo**

Abordar a importância das mídias digitais para negócios empresas; atuação no mercado digital; capacitação e planejamento de projetos relacionados com as mídias digitais.

Discutir o impacto das mídias digitais para as empresas e negócios; aperfeiçoamento do conhecimento com relação ao desenvolvimento; análise e planejamento de resultado na gestão das mídias digitais; identificar oportunidade para trabalhar com ferramentas digitais faz na internet; analisar o comportamento do consumidor na internet; exposições teóricas exercícios práticos.

##### **Conteúdo**

Estudo do ambiente e comportamento do consumidor digital; orientação e planejamento do uso das mídias digitais; análise de dados sobre o ambiente digital; contexto alisar ação das mídias sociais; elaboração de estratégias para gestão de mídias sociais; conceitos e fundamentos sobre redes sociais; estudo de ferramentas digitais e elaboração de conteúdo para internet.

## **I. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS Objetivo**

Compreender o processo de administração estratégica e sua relação com a organização; entender o processo estratégico em todas as suas dimensões direcionamento estratégico (missão e objetivos), Análise Estratégica (externa e interna), Escolha Estratégica (Unidade de Negócios e Corporativa) e Implementação.

### **Conteúdo**

Introdução a Administração Estratégica: Estratégia, Processo Estratégico, Vantagem Competitiva; Análise Estratégica: Análise do Ambiente Geral; Análise da Estrutura da Indústria; Análise dos Complementadores; Avaliação da cadeia de Valor; Análise dos recursos e capacidades internas de uma empresa; Formulação no Nível de Negócio: Posicionamento em Liderança em Custo; Posicionamento em Diferenciação de Produto; Estratégias Corporativas:

Integração Vertical; Diversificação Corporativa; Aliança Estratégica; Fusões e Aquisições. Relação Estratégia e Logística.

## **J. FINANÇAS CORPORATIVAS Objetivo**

Capacitar os alunos com relação aos fundamentos introdutórios das Finanças Corporativas: analisar o valor do dinheiro no tempo; decisões de investimento e financiamento; apresentar e operacionalizar os conceitos de alavancagem operacional, financeira e combinada; ponto de equilíbrio operacional e financeiro; custo de capital, custos de empréstimos e custos de capital próprio; estratégias de curto prazo e suas fontes de financiamento; apresentar a origem e a necessidade de um eficiente gerenciamento do capital de giro da empresa: principais problemas e soluções possíveis. Como complemento da teoria, o aspecto prático será trabalhado através de estudos de caso relativos a situações fictícias, para fins didáticos, e também situações vividas por empresas reais.

### **Conteúdo**

Introdução aos conceitos e Finanças Corporativas; Valor do Dinheiro no Tempo;

Demonstrações Contábeis como Instrumentos da Administração Financeira; Mercados

Financeiros; Administração de Capital de Giro; Fontes de Financiamento; Custos de Capitais e Risco e Retorno; Avaliação de Alternativas de Investimentos; Alavancagem Financeira; Planejamento Financeiro.

## **K. VIABILIDADE ECONÔMICO DE PROJETOS Objetivo**

Apresentar conceitos gerais e aplicados de Engenharia Econômica e dar um panorama geral de Teoria Econômica.

### **Conteúdo**

Tendências macroeconômicas e geoeconomia; Engenharia econômica aplicada em projetos de investimentos; análise e avaliação de projetos de investimentos: introdução, critérios, riscos e incertezas. Indicadores de Performance.

## **L. GOVERNANÇA CORPORATIVA Objetivo**

Apresentar os aspectos que justificam a aplicação da governança corporativa. A necessidade da governança corporativa nas empresas para sua evolução. Aspectos teóricos de governança corporativa. Demonstrar as mudanças que ocorrem na gestão após a aplicação da governança corporativa. Compliance, Instituições políticas e sociais e governança corporativa

### **Conteúdo**

Apresentar aos participantes, em linhas gerais, o papel da governança corporativa como importante instrumento de divulgação das atividades empresariais aos stakeholders, especialmente no que tange a seu desempenho econômico, financeiro, social e ambiental contribuindo para a imagem da empresa, especificando e abordando seu controle interno. Compreender o conceito, os problemas e as soluções relacionadas à governança corporativa no ambiente empresarial.

### **M. JOGOS EMPRESARIAIS Objetivos**

Contribuir para a formação do administrador, capacitando-o para: Compreender as diversas áreas de gestão de uma empresa; analisar criticamente as principais decisões tomadas em todas as rodadas do jogo e seus reflexos em todas as áreas da empresa; compreender e gerir os principais problemas operacionais, financeiros, de pessoal e de gestão do estoque no dia a dia de uma empresa; fazer leitura de cenário tendo em vista as diversas variáveis expostas à empresa, melhorando a visão de negócios.

Compreender o funcionamento prático das organizações; melhorar a visão e capacidade analítica para identificação e solução de problemas corporativos.

#### **Conteúdo**

Análise de Mercado, análise de ambientes interno e externo, cálculo de demanda setorial; Formação de preços de venda, custos fixos e variáveis, margem de lucro, ponto de equilíbrio; Gestão de estoques controle prazos de entrega de produtos, controle de qualidade, especificação técnica das compras; Gestão de pessoas contratação e demissão de pessoal, treinamento de funcionários, plano de remuneração; Gestão de propaganda análise do Marketing mix preço, praça, produto, promoção, escolha de mídias; Gestão financeira fluxo de caixa, Demonstração do resultado do exercício, Liquidez Corrente, Lucratividade, Faturamento.

### **N. METODOLOGIA CIENTÍFICA Objetivo**

A Metodologia científica é uma disciplina que estimula o aprendizado, levando o aluno a tirar o melhor proveito de uma leitura, da análise e interpretação dos textos pesquisados, o que vai ajudar na originalidade dos textos acadêmicos, sempre fundamentados nas normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

#### **Conteúdo**

O ato de estudar. A leitura proveitosa. As formas de conhecimento científico; Senso Comum; Mito; Filosofia; Projeto de Monografia; Construção de um projeto de monografia; Pesquisa; Tipos de Pesquisa; Monografia; Construção de Monografia; Normas ABNT para redação de Monografia.

## **7. CORPO DOCENTE**

Doutores, mestres, e especialistas com grande experiência em suas áreas de atuação. \*Corpo Docente sujeito à alteração sem comunicação prévia.

## **8. METODOLOGIA DE ENSINO PREDOMINANTE**

Método Expositivo de Ensino com abordagem teórica, estudo de casos, vídeos interativos, jogos empresariais, exercícios em grupos interagindo conhecimento tácito e explícito. Será utilizado métodos de tecnologia de interesse dos participantes como fator preponderante de motivação que desenvolva o pensamento crítico e reflexivo dos participantes. A Metodologia permitirá detectar situações de conflito ao mesmo tempo, em identificar ferramentas capazes de compreender a realidade e solução dos impasses.

## **CORPO DOCENTE**

DOUTORES, MESTRES E ESPECIALISTAS COM LARGA EXPERIÊNCIA EM SUA ÁREA DE ATUAÇÃO.

\*Corpo Docente sujeito à alteração sem comunicação prévia.

## **PROJETO DO CURSO SUJEITO A ALTERÇÃO SEM COMUNICAÇÃO PRÉVIA**