



INSTITUTO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO

Curso de pós-graduação Lato Sensu
MBA Executivo em

Gestão Empresarial

Na atual competitividade do mercado, o MBA do INPG se transforma em um importante diferencial para empreendedores e executivos que desejam ocupar cargos de direção e liderança, com capacidade de utilizar eficazmente ferramentas e técnicas para a tomada de decisão. Com foco na gestão de negócios e conteúdo abrangente, oferece maior e mais rápida oportunidade de ascensão profissional. O aluno é preparado não apenas para administrar empresas nas questões do dia-a-dia, mas para estar inserido estrategicamente nas organizações, com plena capacidade de tomar decisões seguras e inovadoras.

São João da Boa Vista, 2010

1. A QUEM SE DESTINA

O MBA Executivo é um curso direcionado ao profissional que deseja ocupar cargos de direção e liderança, diante da acirrada competitividade global.

2. OBJETIVOS

Visa habilitar profissionais para diversas funções, proporcionando: Capacidade para pensar e agir dentro de estratégias de mercado; Aptidão para administrar de forma produtiva pessoas e processos; Capacidade de utilizar eficazmente ferramentas e técnicas para a tomada de decisão; Competência profissional para atuar em áreas distintas; Habilidade de relacionamento na organização em que atua.

3. ESTRUTURA DO CURSO

MÓDULO	DOCENTE ¹		
Administração Estratégica Avançada	Eduardo Maróstica	Doutor	USM
Análise da Conjuntura Econômica	Armando César Franco	Mestre	UPM
Ética nos Negócios	Geraldo José Soromenho	Mestre	UNG
Finanças Corporativas Avançadas	Gilberto Marzochi	Mestre	CUML
Gerenciamento da Informação e Conhecimento Empresarial	Renato Kraide Soffner	Doutor	UNICAMP
Gestão de Operações	Celso Minoru Hara	Doutor	UNICAMP
Gestão Empresarial Simulada (Jogo de Empresas)	Mauricio Sanches Graça	Mestre	FGV
Gestão Estratégica de Custos	Wolney Ramiro	Mestre	UPM
Gestão Estratégica de Pessoas	Ana Perwin Fraiman	Mestre	USP
Inovação Tecnológica de Qualidade	Jorge Miguel Luiz de Macedo Covacs	Mestre	UMESP
Marketing de Vantagem Competitiva	Luciano Sabóia Lopes Filho	Doutor	FGV
Marketing Estratégico	Glauco Ernani Fontenele	Mestre	FCL
Matemática Financeira Aplicada	Álvaro da Cunha Caldeira	Mestre	UNIP
Métodos e Técnicas de Negociação	Fernando Jose da Rocha Camargo	Mestre	UFRRJ
Métodos e Técnicas de Pesquisa	José Antonio Rosa	Mestre	PUC
Modelos Contemporâneos de Gestão	José Manuel Baptista Meireles de Sousa	Doutor	UE/ESP
Motivação e Liderança	Ana Perwin Fraiman	Mestre	USP
Planejamento de Carreira	Janete Teixeira Dias	Mestre	PUC
Web Negócios	Jakov Trofo Surjan	Mestre	UPM
Seminário Avançado Internacional	-----		
CARGA HORÁRIA TOTAL	420 h/a		

¹Os professores indicados poderão ser substituídos por outros de formação igual ou superior

² Notória Especialização

4. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA AVANÇADA

Formas de ver estratégia; A estrutura do planejamento estratégico; A essência prática da estratégia; A análise estratégica: macro-ambiente, ambiente interno e ambiente concorrencial; A formulação da estratégia; O direcionamento estratégico: os balizadores; A implementação da estratégia; O controle estratégico.

ANÁLISE DA CONJUNTURA ECONÔMICA

Conceitos básicos. Escassez e escolha. Racionalidade do comportamento e racionalidade de análise. Diferenças entre os enfoques micro, macro e crescimento econômico. Política econômica: metas, instrumentos e dados exógenos. Conflitos e condicionantes às políticas; Indicadores de riqueza, de produção, de produtividade e de bem estar. Crescimento versus desenvolvimento econômico. Contas nacionais; Oferta e demanda agregada. Capacidade utilizada e potencial. O equilíbrio com variáveis e inter-relações básicas; O setor externo e a crise. Política comercial e cambial. A estrutura do balanço de pagamentos. Variáveis e inter-relações básicas; O setor público no Brasil. Funções e disfunções. A estatização. A questão da distribuição de renda; Conflitos na estratégia econômica. Inflação, crescimento econômico e balanço de pagamentos. O caso brasileiro; Estratégia macroeconômica. A informação dentro da empresa. A previsão de ciclos econômicos. A visão integrada da economia brasileira. Integração dos cenários macroeconômicos e setoriais.

ÉTICA NOS NEGÓCIOS

As Organizações: Um Novo Conceito; As Relações entre o Lucro e a Ética Empresarial; Visão Jurídico-Política da Ética Empresarial; Visão Moral da Ética Empresarial; Relativismo Cultural e Cultura Empresarial; As Teorias Éticas e as Decisões-Conflitos Empresariais; Responsabilidade Social Da Empresa; A Ética Institucional.

FINANÇAS CORPORATIVAS AVANÇADAS

A evolução e o papel do Administrador Financeiro; Oportunidades de carreira em Finanças; Finanças na estrutura organizacional da Empresa; O ambiente empresarial; ADMINISTRAÇÃO DE CAPITAL DE GIRO - Planejamento financeiro de curto prazo; Capital Circulante Líquido; Administração de Caixa e títulos negociáveis; Administração de Duplicatas a receber; Administração de Estoques; ADMINISTRAÇÃO DE ATIVOS PERMANENTES - Técnicas de Investimento de Capital; Análise de Viabilidade de Projetos; CUSTO DE CAPITAL - Premissas básicas; Custo dos Componentes Individuais; Custo Médio Ponderado; ESTRUTURA DE CAPITAL - Avaliação externa da estrutura de capital; Estrutura ótima; Hipótese da ordem de captação; ALAVANCAGEM - Análise do ponto de equilíbrio; Alavancagem

Operacional; Alavancagem Financeira; Alavancagem Total.

GERENCIAMENTO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO EMPRESARIAL

Dinâmica do ambiente competitivo das empresas; Inovação e competitividade; Empresa como um sistema sociotécnico; Informação, conhecimento e competência empresarial; Gestão do conhecimento empresarial; Sistemas de informação; Aprendizagem empresarial.

GESTÃO DE OPERAÇÕES

Tipos de operações; Conceitos básicos de Operações; Sistemas de Gestão – Empurrar e Puxar; Planejamento e controle da produção; Flexibilidade e Manufatura celular; Logística. Gestão da Qualidade – Industrial e Serviços; Competitividade; Indicadores e Benchmarking.

GESTÃO EMPRESARIAL SIMULADA (JOGO DE EMPRESAS)

Apresentando o Software; Formatando cenários com diferentes objetivos e diferentes graus de dificuldade; Alternativas para operar o jogo: contra o computador ou entre equipes (em rede local ou pela internet); Avaliação do objetivo estabelecido; Avaliação dos recursos disponíveis; Tipos de negócios; Implementação de unidades operacionais; Avaliando a atratividade do produto para o consumidor; Desenvolvimento da qualidade para produtos; Desenvolvimento a marca; Análise da concorrência; Aquisição de empresas: tender offer e takeover.

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

Conceitos fundamentais de custos; Classificações de Custos; Sistemas de custeio; Custos para orientar a Tomada de Decisão; Noções de Margem de Contribuição; Análise Custo-Volume-Lucro; Custos e Formação do preço de Venda; Aspectos Gerais para a Formação do Preço de Venda; Formação do Preço de Venda com Base em Custos.

GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS

Contextualização da Administração de RH; Administração de talentos; Empregabilidade, Lealdade e Emprego Temporário; Planejamento de Recursos Humanos; Visão do futuro; Dimensionamento Qualitativo e Quantitativo; competências essenciais; Recrutamento e Seleção - as técnicas; Descrição e Análise de Cargos; Gestão do Desempenho; Administração de Salários; Planos de Benefícios Sociais e Plano de Incentivos; Relações de Trabalho; Treinamento e Desenvolvimento, Educação; Saúde, Segurança e Condições de Trabalho; Banco de Dados, Controle e Sistemas de Informação; Modeladores e parâmetros de recursos humanos; O Emocional, o Indivíduo e a Organização; Recursos humanos e a prestação de serviços; Estado, Empresa e

Competitividade nas Empresas; Administração Estratégica de Recursos Humanos e/ou Democratização da Gestão de Recursos Humanos das empresas; Modelos de gestão de recursos humanos.

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA DE QUALIDADE

Qualidade nas Organizações - Introdução à Gestão da Qualidade- Evolução do conceito da qualidade; Modelos de Gestão pela Qualidade; Gestão pela Qualidade Total / TQM-TQC; Abordagem Estratégica à Função Qualidade - O Modelo de Gestão por Processos; Um Sistema (eficaz) de Gestão da Qualidade- contribuições da ISO 9000;2000; A medição como fator essencial. A utilização de Indicadores.

MARKETING DE VANTAGEM COMPETITIVA

As estratégias clássicas do processo de marketing e as clássicas estratégias genéricas corporativas de Michael Porter em organizações verticais, com as novas visões estratégicas que demandam o mundo global de empresas horizontais; A nova visão e estrutura de marketing sob forma dos Core Process básicos em sistema on-line para fazer face a nova ordem das estratégias competitivas de produtos/serviços globalizados na competição em tempo real; Os recursos modernos das empresas na economia digital e as forças de mudanças que impulsionam as empresas a serem continuamente competitivas; O novo desenho da organização competitiva horizontal operando em tempo real voltada para o cliente/consumidor versus a hierarquizada; A busca da eficiência operacional da organização horizontal e a descrição das tarefas e desempenho dos profissionais líderes envolvidos nos três Core Process; O marketing na obtenção do sucesso e sustentação competitiva através da entrega contínua de valor superior ao cliente/consumidor. Analisando preço de venda e lucratividade As mutações dos Atributos do Produto ou Serviço (cluster de preferências- segmento de mercado) integrando o expeditionary marketing com base na dimensão do core competence, core capability e na visão da competição dos futuros produtos da empresa; O posicionamento da comercialização de produtos/serviços através das estratégias competitivas de marketing : operational excellence, product leadership e customer intimacy operando em tempo real na economia digital; O futuro da função do Gerente de Marketing, RH, Controller financeiro e Sistemas, dentro de uma organização trabalhando por processo on line, em tempo real na economia digital; As alianças estratégicas de vantagem competitiva (Breakthrough Technology) para competir a nível global.

MARKETING ESTRATÉGICO

Abordagem conceitual do marketing estratégico; Estrutura para análise estratégica de produtos e serviços; Análise de custos e preços para tomada

de decisões estratégicas; Dinâmica da competitividade e estratégias competitivas; Análise concorrencial e vantagem competitiva; Análise e desenvolvimento de estratégias em marketing; Marketing estratégico em mercados emergentes; Implementando o marketing estratégico.

MATEMÁTICA FINANCEIRA

Conceituações Fundamentais; Regimes de Capitalização; Diagrama de Fluxo de Caixa; Taxas: postecipada e antecipada, nominal e efetiva e nominal e real; Pagamentos únicos; Descontos Simples; Séries uniformes de pagamentos; Sistemas de Amortização de empréstimos; Equivalência de um conjunto de capitais.

MÉTODOS E TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO

Técnicas, estratégias e táticas para negociar melhor e obter vantagens; Como agem os melhores negociadores - os fatores indispensáveis para o sucesso; Os três princípios básicos para uma negociação eficaz; Formas de negociação; As necessidades reais da outra parte: como conhecê-las; Os três erros mais comuns de negociação e como evitá-los; Como lidar com os obstáculos e evitar o impasse; A importância de levar opções para a mesa de negociação; Como fazer propostas, exigências e contrapropostas; Negociações individuais e em grupo - As vantagens de negociar em equipe; Negociações especiais; Os aspectos éticos da negociação; Como saber se sua negociação foi bem sucedida: indicativos de uma negociação eficaz.

MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Conhecimento – conceituação e natureza; Conhecimento e trabalho – função do conhecimento e seu uso; O conhecimento administrativo – origem e questões fundamentais; O campo do conhecimento administrativo; O conhecimento no contexto das organizações e funções; Pesquisa: conceituação, processo e uso; Conceitos fundamentais para a orientação da pesquisa; Técnicas de pesquisa; Etapas da pesquisa; Elaboração da monografia.

MODELOS CONTEMPORÂNEOS DE GESTÃO

Análise do ambiente emergente de negócios; Os novos modelos de gestão empresarial; Gestão Japonesa: Gestão Participativa; Gestão Empreendedora; Os Modelos emergentes de gestão na Sociedade do Conhecimento; Gestão Holística; Corporação Virtual; Outras formas emergentes de Organização; Impactos dos Novos Modelos de Gestão sobre as pessoas e as organizações; Impactos sobre as pessoas; Impactos sobre a Organização; Aplicabilidade dos novos modelos de gestão.

MOTIVAÇÃO E LIDERANÇA

Introdução - As mudanças e seus impactos nas organizações e nos indivíduos; Visão Evolutiva das Organizações; A mudança do ambiente estável e previsível para a instabilidade; As transformações ocorridas nas organizações; A importância da criatividade, da motivação e da liderança para o sucesso num cenário de imprevisibilidade; Criatividade; A mente humana – potencial ilimitado: os hemisférios cerebrais, as inteligências múltiplas, o pensamento lateral (De Bono); A necessidade de quebrar paradigmas; Bloqueios que inibem a criatividade; Raciocínios limitadores; Criatividade e inovação; O desenvolvimento da criatividade – Métodos de estimulação e geração de idéias; Motivação; Conceito; Algumas teorias sobre motivação; Motivação intrínseca e recompensas extrínsecas – A prática do mercado; O contrato psicológico de trabalho; Liderança; Os diversos conceitos de liderança; Os estilos de liderança e as situações nas quais se aplicam; O perfil do líder atual; O papel do “coach” na integração da equipe e no desenvolvimento da criatividade e da motivação; Feedback

PLANEJAMENTO DE CARREIRA

As mudanças e seus impactos nas organizações e nas carreiras; Visão evolutiva das organizações; A mudança do ambiente estável e previsível para a instabilidade; Modelos de estrutura organizacional; O impacto das transformações ocorridas no conceito de carreira; A evolução da carreira tradicional para a carreira sem fronteiras; O papel das organizações no gerenciamento da carreira; A integração do Planejamento da Empresa com o Planejamento de Recursos Humanos; A importância do capital intelectual no Plano estratégico da Empresa; Gerenciando Pessoas; Visão organizacional e individual do Planejamento de Carreira; Planos de Carreira e Sucessão; Planejamento de carreira auto-gerenciada; A importância do auto-conhecimento; Mapeamento de competências e habilidades individuais; Análise do mercado de trabalho; Definição de metas; Elaboração de um Plano de Desenvolvimento pessoal e profissional.

SEMINÁRIO AVANÇADO INTERNACIONAL

O seminário abordará temas emergentes, correlacionados a estratégia empresarial. A coordenação viabilizará um tema que atenda as necessidades e expectativas dos alunos. O palestrante será um professor de uma das universidades internacionais conveniadas:

NSU – NOVA SOUTHEASTERN UNIVERSITY - (Fort Lauderdale – Florida - USA) – Wayne Huizenga School of Business and Entrepreneurship, BYU – BRIGHAM YOUNG UNIVERSITY – (Provo – Utah – USA) – Marriott School of Management, CWRU – CASE WESTERN RESERVE UNIVERSITY – (Cleveland – Ohio – USA) – Weatherhead School of Management.

WEB NEGÓCIOS

Conceitos principais do E-business; História da TI; Estratégia na WEB; Modelos de Negócios na WEB; Internet na cadeia produtiva; Portais / Marketing; Redes de Negócios – O futuro do E-business; Debate sobre perspectivas futuras do E-business.

5. INFORMAÇÕES GERAIS

- **Período de realização:** 22 meses
- **Carga horária total:** 420 horas/aula
- **Local de realização:** Largo Engenheiro Paulo de Almeida Sandeville, 15 – São João da Boa Vista/SP.
- **Dias e horário de aula:** Sábados das 8h às 17h
- **Modalidade:** Presencial
- **Documentos para matrícula:** Cópias autenticadas do RG, CPF, diploma e histórico escolar do nível superior, curriculum vitae e foto 3x4 recente. (Duas vias de cada).
- **Certificação:** O Certificado será expedido pelo UNIFAE – Centro Universitário da FAE (Credenciamento no MEC através da Portaria 540/2002 com publicação do Diário Oficial em 04/01/2003)
- **Regulamentação do Curso:** Especialização Lato Sensu em conformidade com a CES/CNE nº 1 de 08 de junho de 2007.
- O INPG reserva-se o direito de não abrir turmas sem o mínimo de alunos matriculados
- Seu local de realização poderá ser mudado, mantendo-se o padrão de infra-estrutura do curso.
- Será possível a união de turmas quando existir compatibilidade de conteúdo.

6. INVESTIMENTO

Parcelas	Investimento	Desconto
Total	R\$ 11.642,40	---
a vista	R\$ 10.478,16	10%
2 parcelas	R\$ 5.355,50	8%
3 parcelas	R\$ 3.647,95	6%
4 parcelas	R\$ 2.794,18	4%
5 parcelas	R\$ 2.281,91	2%
6 parcelas	R\$ 1.921,00	1%
7 parcelas	R\$ 1.646,57	1%
8 parcelas	R\$ 1.440,75	1%
9 parcelas	R\$ 1.280,66	1%
10 parcelas	R\$ 1.152,60	1%
11 parcelas	R\$ 1.058,40	---
12 parcelas	R\$ 970,20	---
13 parcelas	R\$ 895,57	Correção INPC
14 parcelas	R\$ 831,60	---
15 parcelas	R\$ 776,16	---
16 parcelas	R\$ 727,65	---
17 parcelas	R\$ 684,85	---
18 parcelas	R\$ 646,80	---
19 parcelas	R\$ 612,76	---
20 parcelas	R\$ 582,12	---
21 parcelas	R\$ 554,40	---
22 parcelas	R\$ 529,20	Conclusão do Curso
23 parcelas	R\$ 506,19	---
24 parcelas	R\$ 485,10	---
25 parcelas	R\$ 465,70	---

*Condições especiais para colaboradores / dependentes das empresas/associações conveniadas e para grupos de alunos;

7. ONDE ESTAMOS

Araraquara

Av Monteiro Lobato, 1506 - Bairro São Geraldo
Fone: (16) 3331-2323
E-mail: araraquara@inpg.edu.br

Blumenau

FURB - Universidade Regional de Blumenau
Rua São Paulo, 2171 – Campus III
Fone: (47) 3222-0099
E-mail: blumenau@inpg.edu.br | atendimento@inpgblumenau.com.br

Campinas

Faculdade INPG
NOVAS INSTALAÇÕES
Colégio Sagrado Coração de Jesus
Rua Madre Maria Santa Margarida, 270
Fone: (19) 2102-5656 E-mail: campinas@inpg.edu.br

Central de Atendimento

(11) 3095-8400 - atendimento@inpg.com.br

Limeira

Rua Gustavo Nilson, 329
Fone: (19) 3452-2686
E-mail: limeira@inpg.edu.br

Piracicaba

Rua José Ferraz de Camargo, 292
Fone: (19) 3402-2644
E-mail: piracicaba@inpg.edu.br

São João da Boa Vista

Largo Eng° Paulo de Almeida Sandeville, 15
Fone: (19) 3623-3022
E-mail: sjboavista@inpg.edu.br

São José do Rio Preto

Rua General Glicério, 3390
Fone: (17) 3222-1722
E-mail: riopreto@inpg.edu.br

São José dos Campos

Faculdade INPG
NOVAS INSTALAÇÕES
Centro Empresarial do Vale
Rod. Presidente Dutra, km 154,7
Fone: (12) 3913-5856
E-mail: sjcampos@inpg.edu.br

São Paulo – Berrini

Edifício Plaza Centenário (Robocop)
Av. das Nações Unidas, nº 12.995
Fone: (11) 5102-3444 / (11) 5505-3729
E-mail: berrini@inpg.edu.br

Taubaté

UNITAU – Universidade de Taubaté
Rua Expedicionário Ernesto Pereira, 210
Fone: (12) 3633-2999
E-mail: taubate@inpg.edu.br

