



MBA EM GESTÃO: COMERCIAL

A ESPECIALIZAÇÃO QUE VAI TRANSFORMAR A SUA CARREIRA





VOCÊ ENTRE OS MELHORES

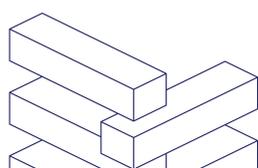
Há mais de 75 anos, a FGV é pioneira no campo da educação, sendo referência não só pelos seus reconhecidos programas de graduação, mestrado e doutorado, como também pelo desenvolvimento de pesquisas e pela divulgação de estatísticas macroeconômicas, tais como: Índices gerais de preços, índices setoriais, indicadores de preços agropecuários, preços e custos.

Reconhecida pela sua qualidade internacional, a FGV é uma das maiores instituições de ensino do Brasil e referência no mercado de trabalho.

CONEXÃO CONVENIADA FGV

A Conexão Conveniada FGV pertence ao Grupo Conexão, que há mais de 25 anos atua no Vale do Paraíba e contribui para uma formação executiva de excelência na região, com foco em gestão comportamental de qualidade para profissionais e empresas.

Seguindo a tradição acadêmica e expertise prática da Fundação Getúlio Vargas, a instituição se apresenta como uma das maiores conveniadas, com uma estrutura completa, moderna e com professores altamente qualificados, preparados para lidarem com as mudanças do mercado de trabalho e do mundo.



UMA DAS INSTITUIÇÕES MAIS PREMIADAS DO MUNDO

CONFIRA A LISTA

Destaque-se com a inovação e as práticas internacionais dos cursos de pós-graduação e MBA da Fundação Getulio Vargas, focado no protagonismo de grandes lideranças.

Aprenda com os melhores profissionais do mercado e esteja pronto para o futuro com a FGV.

A única instituição de ensino brasileira no Ranking dos Melhores MBA's do mundo

A instituição de ensino que mais forma CEO's no Brasil

A preferida pelos RH's em uma contratação

SEGUNDA PESQUISA DO DATAFOLHA PUBLICADA NA FOLHA DE SÃO PAULO

3º Think Tank mais importante do mundo

NO GLOBAL "GO TO THINK TANK INDEX REPORT", DA UNIVERSIDADE DA PENNSILVÂNIA



Há mais de
10 anos

sendo a instituição de ensino mais importante da América Latina



A ESPECIALIZAÇÃO

O MBA em Gestão Comercial tem como objetivo desenvolver uma visão integrada e estratégica das atividades comerciais, por meio da aplicação de conceitos e ferramentas de empresas consideradas benchmarking nessa área.

Além de métodos e instrumentos administrativos relevantes que promovem a troca de experiências entre professores e participantes do curso e, especialmente, busca motivar os profissionais a assumirem uma postura estratégica frente aos desafios da área comercial.

PERFIL PROFISSIONAL

O curso foi criado para atender gestores da área comercial de empresas públicas e privadas, nacionais ou transnacionais, com ou sem finalidade lucrativa, que estejam em busca de novos conhecimentos sobre planejamento de vendas, relacionamento com canais de distribuição, gestão da força de vendas e marketing.



PROGRAMA ACADÊMICO



Economia dos negócios	24 h/a
Estratégia corporativa e de negócios	24 h/a
Workshop em formulação da política comercial	24 h/a
Finanças corporativas	24 h/a
Formação e administração de preços	24 h/a
Desenho e gestão de canais de vendas	24 h/a
Administração de vendas	24 h/a
Workshop de planejamento de vendas & marketing	24 h/a
Estratégias de marketing	24 h/a
Empreendedorismo e gestão da inovação	24 h/a
Transformação digital	24 h/a
Big data para vendas	24 h/a
Mídias digitais e vendas	24 h/a
E-commerce e internet das coisas	24 h/a
Gestão de projetos	24 h/a
Liderança e gestão de equipes	24 h/a
Jogo de negócios	24 h/a
Workshop em sales analytics	24 h/a

CARGA HORÁRIA TOTAL: 432H/A

DISCIPLINAS



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.

ESTRATÉGIA CORPORATIVA E DE NEGÓCIOS

Conceito de estratégia. Pensamento estratégico. Administração estratégica 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.

WORKSHOP EM FORMULAÇÃO DA POLÍTICA COMERCIAL

Diagnóstico da atuação comercial da empresa. Principais etapas da formulação da política comercial. Elaboração da política comercial. Apresentações da política comercial da empresa.

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).

DISCIPLINAS



FORMAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE PREÇOS

Papel do preço na estratégia comercial. Ambiente de negócios. Estratégia competitiva e objetivos empresariais. Influência dos fatores mercadológicos sobre a decisão de preços. Importância dos custos na formação do preço. Impacto dos custos financeiro e tributário sobre o preço. Métodos de definição de preços. Políticas e administração de preços.

DESENHO E GESTÃO INTEGRADA DE CANAIS DE VENDAS

Canal de vendas. Tipos de intermediário. Fluxos de canal. Desenho de canal. Gestão de canal. Conflitos de canal. Ações comerciais direcionadas aos canais. Trade marketing.

ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

Implementação das estratégias de venda. Planejamento e gestão da força de vendas. Política de remuneração. Supervisão de vendas. Gestão de conflitos, controles e métricas de venda.

WORKSHOP DE PLANEJAMENTO DE VENDAS & MARKETING

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

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.

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.

DISCIPLINAS



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.

BIG DATA PARA VENDAS

Fundamentos de big data. Big data analytics para apoio à tomada de decisão. Aplicações do big data em vendas. Big data para recrutamento e seleção. Integração de dados off-line e on-line.

MÍDIAS DIGITAIS E VENDAS

Fundamentação sobre mídias digitais. Vendas digitais. Ferramentas mobile de ativação e relacionamento com clientes. Google Ads. Search engine optimization (SEO).

E-COMMERCE E INTERNET DAS COISAS

Internet e negócios. Multiplicação das operações one stop shop e uso da precificação dinâmica em larga escala. Paradigma da computação em nuvem como suporte à nova era do varejo. Conceitos, plataformas e estratégias de e-commerce. Tendências em e-commerce.

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.

DISCIPLINAS



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.

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.

WORKSHOP EM SALES ANALYTICS

Sales analytics. Monitoramento de vendas. Sistemas analíticos de venda. Previsão de tendências e resultados de venda. Métricas de sales analytics. Relatórios e painéis de sales analytics. Gestão de equipes pelo processo de sales analytics.

**DESCUBRA A EXPERIÊNCIA
DE FAZER UMA ESPECIALIZAÇÃO
DA FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS**

ASSISTA AOS VÍDEOS



**FERNANDA
CASTRO**



**GIULIANA
GATTI**



**BRUNO
PEREIRA**

COORDENAÇÃO

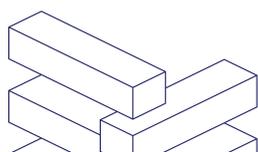
UNIDADES DE MOGI DAS CRUZES,
GUARULHOS E TAUBATÉ



RICARDO FRANCO TEIXEIRA

Doutorando em Administração de Empresas pela UNR, Mestre em Sistemas de Gestão pela UFF, Especialista em Management pela EPGE/FGV. Engenheiro Civil pela UFBa.

Administrador de Empresas pela UNIFACS. Consultor na área de Marketing. Professor dos cursos de MBA em Marketing, em Gestão Empresarial e em Gerência de Saúde do FGV Management. Sócio-gerente da Excellence Management Consultores Ltda., tem mais de 10 anos de experiência profissional em cargos de direção em empresas de portes variados.



COORDENAÇÃO

DA UNIDADE DE TAUBATÉ



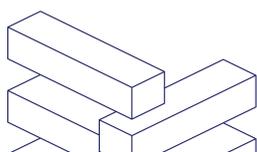
ISNARD MARSHAL



Doutor em Engenharia Química (D.Sc.) pela Escola de Química - UFRJ / RJ, Mestre em Engenharia de Produção (M.Sc.) pela COPPE / RJ, Especialista em Administração (MBA) pela PUC / RJ e Administrador de Empresas pela EBAPE - FGV / RJ. Participou de diversos cursos de aperfeiçoamento e atualização no exterior, destacando-se: Brazilian Program for Quality Management promovido pela AOTS / JUSE (Yokohama, Japão - 1991), Business Seminar pela Ohio University (Athens, EUA - 2002), Business and Management for International Professionals pela University of California (Irvine, EUA - 2003 a 2007, 2009, 2010, 2012, 2013 e 2014), Conducting Business in a Changing World pela University of Tampa (2011), Public Policy, Finance and Investment Strategies pela University of Chicago (2011) e International Program in Business pela University of Miami (2012).

Larga experiência gerencial e ampla visão interdisciplinar, adquirida em mais de 25 anos em cargos executivos e de direção em empresas nacionais e multinacionais com atuação nas áreas de gestão da qualidade, marketing, treinamento e desenvolvimento, estratégia empresarial, orçamento, controladoria, informações gerenciais e desenvolvimento e implantação de novos negócios. Na área acadêmica, pela Fundação Getulio Vargas / FGV, atuou como Coordenador Adjunto de Área (1997 a 2003) e, desde 1997 atua como Coordenador Acadêmico de diversos MBAs, em diferentes localidades do Brasil. Na área de ensino é professor do curso de graduação da EBAPE (Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas) da FGV e ESAGS (Escola Superior de Administração e Gestão). Em termos de pós-graduação, ministra as disciplinas ligadas à temática Gestão da Qualidade e Melhoria de Processos, Projeto de Negócios e orienta trabalhos e projetos de final de curso - TCC.

Coordenador e autor dos livros da série FGV Publicações - FGV MANAGEMENT, editado pela Editora FGV: Plano de Negócios Integrado – Guia Prático de Elaboração, editado em 2014. Gestão da Qualidade editado em 2003, atualmente encontra-se na 10ª edição (2012) e do livro Gestão da Qualidade e Processos - editado em 2013 - atualmente encontra-se na 1ª edição (2013). Autor de artigos e parecerista em Congressos e revistas. Experiência acadêmica acima de 20 anos na atividade de ensino em MBAs e superior a 17 anos em coordenação acadêmica pedagógica de programas em educação executiva. Professor dos programas - FGV Management e FGV Corporativo da Fundação Getulio Vargas. Prêmios FGV Management: Melhor Coordenador Acadêmico (2007) e Melhor Professor (2008 à 2015) sendo assim, incluído no quadro de Honra da FGV em 2013, 2014 e 2015 pela sucessão dos 5 anos de premiação.





CONQUISTE SEU CERTIFICADO INTERNACIONAL

O objetivo do programa é ampliar os conceitos e conhecimentos adquiridos no curso MBA da Fundação Getulio Vargas, oferecendo uma excelente oportunidade para que profissionais agreguem um diferencial de conhecimento e incrementem sua empregabilidade no competitivo mercado de trabalho atual.

Todos os participantes do Módulo Internacional recebem um certificado da **University of Tampa** assinado pelo reitor vigente e outro certificado da FGV com 40 horas de participação adicionadas à carga horária do MBA. **São três certificados de uma vez, com reconhecimento internacional.**

THE UNIVERSITY
OF TAMPA

MÓDULO OPCIONAL NÃO INCLUSO
NA ESPECIALIZAÇÃO



FAÇA UM TOUR
PELA UNIVERSIDADE



INFORMAÇÕES



UNIDADES

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Avenida Benedito Matarazzo, 9403
Jardim Oswaldo Cruz
12 3924 8524
info@conexao.com

GUARULHOS

Av. Doutor Timóteo Penteadó, 721
Vila Hulda
11 2447 4250
inscricoesguarulhos@conexao.com

TAUBATÉ

Avenida Charles Schneider, 1700
Vila Costa
12 3683 0800
inscricoestaubate@conexao.com

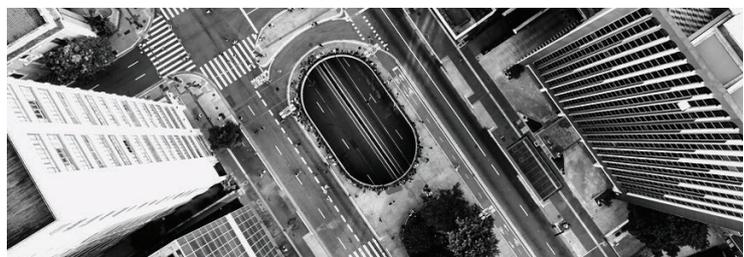
MOGI DAS CRUZES

Avenida Ver. Narciso Yague Guimarães, 1001
Jardim Armenia
11 4796 1000
infomogi@conexao.com

FICOU COM DÚVIDAS?

CONVERSE COM UM DOS NOSSOS CONSULTORES

[CLIQUE AQUI](#)





conexao.com/fgv