

MBA EM GESTÃO COMERCIAL

A ESPECIALIZAÇÃO QUE VAI TRANSFORMAR A SUA CARREIRA





VOCÊ ENTRE OS MELHORES

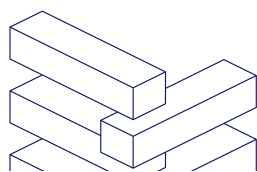
Há mais de 75 anos, a FGV é pioneira no campo da educação, sendo referência não só pelos seus reconhecidos programas de graduação, mestrado e doutorado, como também pelo desenvolvimento de pesquisas e pela divulgação de estatísticas macroeconômicas, tais como: Índices gerais de preços, índices setoriais,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



Gestão de Pessoas na Sociedade do Conhecimento	24 h/a
Negociação e Administração de Conflitos	24 h/a
Fundamentos de Gerenciamento de Projetos	24 h/a
Gestão Estratégica	24 h/a
Economia Empresarial	24 h/a
Matemática Financeira	24 h/a
Contabilidade Financeira	24 h/a
Marketing	24 h/a
Jogos de Negócios	24 h/a
Estratégias de Vendas e Políticas Comerciais	24 h/a
Planejamento e Controle de Vendas	24 h/a
Administração de Vendas	24 h/a
Desenho e Gestão dos Canais de Vendas	24 h/a
Aspectos Legais nas Relações de Consumo	24 h/a
E-commerce e Internet das Coisas	24 h/a
Gestão da Lealdade dos Clientes	24 h/a
Formulação da Política Comercial	24 h/a
Desenvolvimento de Carreira	24 h/a

CARGA HORÁRIA TOTAL: 432H/2

DISCIPLINAS



GESTÃO DE PESSOAS NA SOCIEDADE DO CONHECIMENTO

Condicionantes externos e as mudanças organizacionais. Tendências da gestão organizacional contemporânea. Alinhamento dos interesses corporativos e individuais. Comportamento humano na organização.

NEGOCIAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS

Aspectos conceituais associados ao processo de negociação. Negociação: aspectos relacionais. Negociação: aspectos substantivos. Negociação: aspectos processuais de execução.

FUNDAMENTOS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Histórico e conceituação de projeto, programa e gerência de projeto. Caracterização do ciclo de vida e processos de um projeto. Introdução as áreas de conhecimento segundo o PMI (Project Management Institute). Integração entre áreas de conhecimento e processos. Estruturas organizacionais para gerenciamento de projetos. Características desejáveis no Gerente de Projetos.

GESTÃO ESTRATÉGICA

A evolução do pensamento estratégico. Administração estratégica e alinhamento. Referenciais estratégicos. Análise do ambiente interno e externo. A formulação da estratégia competitiva. Objetivos estratégicos. O balanced scorecard (BSC).

ECONOMIA EMPRESARIAL

A teoria da oferta e da demanda. Os mercados competitivos e não competitivos. A mensuração da atividade econômica pela ótica da produção e dos preços. As políticas monetária e fiscal e estabilização da economia.

MATEMÁTICA FINANCEIRA

Relações fundamentais e taxa de juros. Regime de juros simples e de juros compostos. Séries Uniformes de pagamento. Sistemas de amortização de dívidas. Desconto de títulos e duplicatas. VPL e TIR.

DISCIPLINAS



CONTABILIDADE FINANCEIRA

A contabilidade e o sistema de informação contábil. Estrutura das demonstrações contábeis. Método das partidas dobradas. Regime de caixa e regime contábil de competência. Análise econômico-financeira das demonstrações contábeis.

MARKETING

Conceitos e definições básicas de Marketing. Comportamento do consumidor. Segmentação e posicionamento de mercado. Mix de Marketing frente ao mercado: produto, preço, distribuição e comunicação. Influência da tecnologia nas estratégias de Marketing. Tendências de Marketing: Marketing Digital e Métricas de Marketing.

JOGO DE NEGÓCIOS

Aplicações dos conhecimentos aprendidos ao longo do curso em atividades que simulem situações reais do cotidiano da atividade empresarial. Decisões de estratégia, de marketing e os aspectos comerciais. Decisões relativas aos aspectos operacionais e da gestão de pessoas. Decisões no âmbito da gestão econômico-financeira.

- Entender o mecanismo de uma empresa;
- Tomar decisões no papel de diretor;
- Trabalhar em equipe;
- Definir metas;
- Analisar o resultado das decisões tomadas e fazer ajustes constantes.

ESTRATÉGIAS DE VENDAS E POLÍTICAS COMERCIAIS

Análise do mercado. Matriz SWOT e postura estratégica. Estratégias de crescimento. Estratégias de competição. Estratégias de inovação. Estratégias de comercialização. Papel e elementos da política comercial. Elaboração da política comercial.

PLANEJAMENTO E CONTROLE DE VENDAS

Previsão de vendas. Objetivos e metas de vendas. Controle das atividades de vendas. Controle da rentabilidade das contas. Métodos quantitativos e qualitativos de administração comercial. Orçamento de vendas.

DISCIPLINAS



ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

Implementação das estratégias de vendas. Organização e tamanho da força de vendas. Política de remuneração. Avaliação do desempenho e feedback. Supervisão de vendas.

DESENHO E GESTÃO DOS CANAIS DE VENDAS

Conceito de canal de marketing. Tipos de intermediários. Fluxos de canal. Desenho de canal. Gestão de canal. Conflitos de canal. Ações comerciais direcionadas aos canais.

ASPECTOS LEGAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Histórico das relações de consumo. Princípios e conceitos. Política nacional das relações de consumo. Direitos básicos. Responsabilidade civil. Prevenção e reparação de danos. Decreto 7962/13 e aplicação nas relações de consumo.

GESTÃO DA LEALDADE DOS CLIENTES

O processo evolutivo do novo paradigma relacional. As limitações do marketing transacional. A evolução do mercado (tecnologia, preferências, hábitos). A construção de valor através do relacionamento. A importância estratégica da longevidade e da retenção. Fidelização e lealdade. Fatores que estimulam e influenciam a fidelização e a lealdade, qualidade, satisfação, confiança e comprometimento. Mensuração e aprimoramento da satisfação do cliente. CRM e Social CRM. Ferramentas de CRM. Implantação de CRM. Multicanalidade (omnichannel). Customer experience, database marketing. Métricas de Mensuração da Lealdade (Churn Rate, LTV, NPS, CES).

E-COMMERCE E INTERNET DAS COISAS

A Internet e os Negócios. Multiplicação das operações One Stop Shop e o uso da precificação dinâmica em larga escala. O paradigma da computação em nuvem como suporte à nova era do varejo. Conceitos, plataformas e estratégias para E-Commerce. Tendências em E-Commerce.

DISCIPLINAS



FORMULAÇÃO DA POLÍTICA COMERCIAL

Formulação da política comercial. Integração dos elementos do plano de vendas. Implementação da política comercial. Elaboração e apresentação da política comercial. Mapeamento das melhores práticas.

DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA

Tendências na gestão de carreira. Qualidade de vida e empregabilidade no mundo atual. Auto- conhecimento e carreira. Intraempreendedorismo como diferencial competitivo. Ética e carreira no contexto globalizado. Gestão de networking. Marketing Pessoal. Gestão de conflitos de interesses. Modelo de Negócios Pessoal – Business Model You.

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

ASSISTA AOS VÍDEOS



**FERNANDA
CASTRO**



**GIULIANA
GATTI**



**BRUNO
PEREIRA**

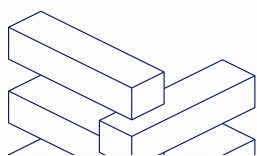
COORDENAÇÃO



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.





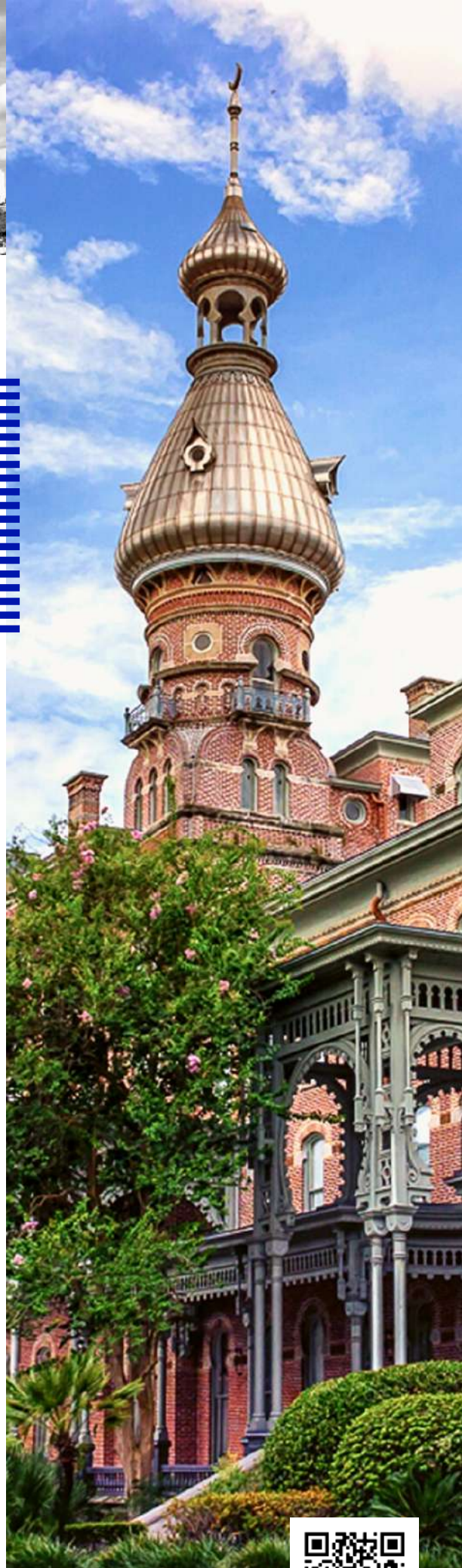
CONQUISTE SEU CERTIFICADO INTERNACIONAL

O objetivo do programa é ampliar os conceitos e conhecimentos adquiridos no curso MBA da Fundação Getúlio 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 Schnneider, 1700
Vila Costa

12 3683 0800

inscricoestaubate@conexao.com

MOGI DAS CRUZES

Avenida Ver. Narciso Yague Guimarães, 1001
Jardim Armenia

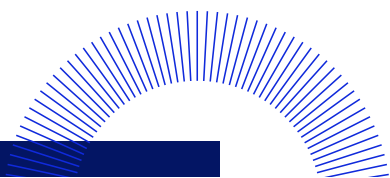
11 4796 1000

infomogi@conexao.com

FICOU COM DÚVIDAS?

CONVERSE COM UM DOS NOSSOS CONSULTORES

[CLIQUE AQUI](#)





conexao.com/fgv