

CEAG

Curso de Especialização em Administração para Graduados

EMENTAS DAS DISCIPLINAS E CARGA HORÁRIA

Habilidades Computacionais 32 h/a

Oferece ao administrador uma visão sobre as potencialidades da tecnologia de informação, no dia-a-dia dos negócios, ao mesmo tempo em que proporciona um contato prático com as principais ferramentas de informática voltadas à produtividade pessoal.

Estatística Aplicada 32 h/a

Desenvolve mecanismos de uso de dados para obter informações e também estrutura um modo de raciocínio frente a dados. Ela é instrumental tanto no sentido de proporcionar mecanismos e ferramentas de trabalho, como de preparar modelos de raciocínio para melhorar a compreensão das outras disciplinas dos programas.

Matemática Financeira 16 h/a

Desenvolve tópicos de matemática dentro do contexto de interesse do administrador, tornando-se, desse modo, base para outras disciplinas centrais, como Finanças, Produção, Marketing.

Comunicação para Gestores 32 h/a

Conduz os participantes a superar barreiras e ruídos, a fim de estarem aptos a expressar, de modo transparente, suas opiniões, ideias e projetos, contribuindo assim para a utilização eficaz da comunicação estratégica na formação e gestão de equipes.

Negociação Empresarial 16 h/a

Combina teoria e prática visando melhorar a eficiência dos participantes como negociadores, para que as partes envolvidas cheguem a resultados positivos ainda que, inicialmente, tenham pontos de vista e interesses não alinhados. Os métodos e estruturas de raciocínio abordados contribuem nos processos de solução de conflito, oferecendo aos participantes embasamento mais sólido e estruturado para enfrentar as negociações do dia-a-dia, tanto no ambiente profissional como no âmbito pessoal.

Relações Interpessoais e Ética 16 h/a

Analisa a dinâmica do relacionamento interpessoal no ambiente de trabalho, o funcionamento do trabalho em grupo e sua influência na performance das equipes e das pessoas.

Contabilidade 32 h/a

Proporciona aos alunos uma compreensão geral dos aspectos básicos da Contabilidade Empresarial, incluindo as principais demonstrações financeiras, sua estrutura e interpretação.

Gestão de Pessoas 32 h/a

Analisa os conceitos e as práticas de Gestão de Pessoas nas organizações, considerando a dinâmica dos processos de desenvolvimento de habilidades, motivação e liderança. (Pré-requisito: Relações Interpessoais).

Gestão de Finanças 32 h/a

Discute os principais temas da Administração Financeira, mostrando sua utilidade e limitações. Apresenta a evolução das principais técnicas utilizadas na área, com suas implicações no processo decisório.

Pré-requisitos: Contabilidade e Matemática Financeira

Gestão de Operações 32 h/a

Proporciona aos participantes uma visão sistêmica do tema, integrando várias perspectivas e tópicos. O conhecimento adquirido deverá cumprir o objetivo de facilitar a atuação dos participantes como líderes ou como membros de equipes em suas organizações.

Gestão de Marketing 32 h/a

Fornece o embasamento conceitual sobre a estrutura e o ambiente de Marketing, visando capacitar o aluno para a análise de mercados e clientes, com o fim de prepará-lo para a tomada de decisões na área de marketing, em ambiente competitivo e incerto.

Estratégia Empresarial 32 h/a

Destina-se à introdução dos alunos ao raciocínio estratégico e à prática do planejamento estratégico. São apresentados os principais conceitos, modelos e ferramentas de análise estratégica.

Aspectos Jurídicos da Empresa 16 h/a

Aborda os conhecimentos básicos de direito comercial, trabalhista e tributário necessários para a aplicação prática, na prevenção e solução dos problemas empresariais.

Economia Aplicada 16 h/a

Apresenta conceitos e instrumentos básicos da teoria econômica orientada para a compreensão dos fenômenos econômicos do cotidiano. São discutidos os seguintes temas: princípios básicos da operação dos mercados, conceitos para a mensuração da atividade econômica e seus determinantes no curto prazo, a moeda e mercado financeiro. O último item enfoca o setor externo, os conceitos de taxa de câmbio, regimes cambiais e o balanço de pagamentos do país.

Administração de Tecnologia de Informação 16 h/a

Desenvolve habilidades e conhecimentos no uso e na administração estratégica de Tecnologia de Informação nos ambientes organizacionais, com ênfase em novos modelos de negócios no ambiente digital e no uso estratégico da informação em benefício do negócio, para que os executivos e profissionais possam participar dos processos de tomada de decisão sobre o uso de Tecnologia de Informação nas empresas.

Jogo de Simulação de Negócios 16 h/a

Esta atividade de 16 horas corresponde a um módulo de aulas presenciais, complementada por trabalho à distância. O jogo será desenvolvido ao longo de um semestre letivo, em aulas quinzenais, somente após a conclusão das disciplinas obrigatórias. Estas horas serão dedicadas à realização de atividades de simulação de negócios, com o objetivo de integrar o conteúdo das diversas disciplinas estudadas até então e desenvolver a visão estratégica de concorrência em ambiente competitivo. Por servir de base de preparação para o Trabalho de Conclusão de Curso - TCC (obrigatório), esta disciplina deverá ser cursada exclusivamente no último semestre do curso.

Orientação para Trabalho de Conclusão de Curso 16 h/a

Trata-se de uma simulação que oferece aos alunos a possibilidade de testar teorias e tomar decisões em um ambiente livre de riscos, integrando conteúdos e desenvolvendo uma visão estratégica de concorrência em um ambiente competitivo. Ela acontece durante o último semestre letivo, com encontros quinzenais para orientação e exploração de resultados.

DISCIPLINAS ELETIVAS¹

As disciplinas eletivas representam uma oportunidade de aprofundamento ou de direcionamento de estudo na área temática de interesse do aluno. Elas completam o programa escolhido pelo aluno para o seu curso, proporcionando-lhe uma maior profundidade na abordagem de assuntos específicos ou fornecendo um conjunto abrangente de temas do seu maior interesse.

O aluno deve cursar pelo menos 96 h/a (6 créditos) de disciplinas eletivas. A escolha das disciplinas eletivas deve levar em conta que várias delas exigem que outras disciplinas já tenham sido cursadas (pré-requisitos).

ESTRAT. PARA A CRIAÇÃO E EXPANSÃO DE NOVOS NEGÓCIOS 32 h/a

A disciplina visa orientar aos alunos quais são as etapas para elaboração de um Plano de Negócios. Tem por finalidade despertar a atenção aos aspectos que devem ser avaliados desde a geração da ideia, fatores motivacionais até o parecer de viabilidade de um projeto. Consiste ainda em utilizar de forma prática as mais diversas e atuais ferramentas aprendidas nas múltiplas disciplinas. O plano básico utilizado para a compreensão da matéria permite diagnosticar e focar nos fatores mais relevantes para estruturar um Novo Negócio. Devido à amplitude da matéria, o mesmo plano deve e pode ser aplicado, com as devidas adequações, a Criação de Negócios nos mais diversos setores da Economia. O objetivo é gerar uma linha de condução de um Novo Negócio que permita ser aplicada a Negócios já existentes visando o Lucro, a Estabilidade e a Expansão da organização.

GERENCIAMENTO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS 32 h/a

A proposta deste curso é inserir o mundo das PMEs (Pequenas e Médias Empresas) na vida dos futuros administradores de maneira prática, de tal forma que possam perceber a importância destas organizações no cotidiano, bem como as dificuldades de administrá-las.

Pretende-se analisar a relação das PMEs com a Empregabilidade, Meio Ambiente, integração no Mundo Globalizado, Novos Produtos, Novas Tecnologias e Qualificação de Mão de Obra. Objetiva ainda, através de experiências e de depoimentos de empresários, analisar, debater e propor Novas Formas de Gestão, Valores e Conceitos Éticos na atividade empresarial.

Acredita-se que o Universo das PMEs, abre novas frentes para o uso do conhecimento e conseqüentemente propicia oportunidades de crescimento sustentável, Social, Político, Econômico e Ambiental.

Pré-requisito: Não há

PLANEJAMENTO EMPRESARIAL E COMPETITIVIDADE 32 h/a

Esta disciplina eletiva tem o objetivo de discutir os fatores que condicionam a competitividade das empresas para orientar a aplicação dos conceitos, técnicas, metodologias e ferramentas do planejamento empresarial. O conteúdo da disciplina aborda:

- Caminhos estratégicos para o resultado superior da empresa
- Fatores determinantes da competitividade empresarial
- Ênfase no desenvolvimento da competitividade e posicionamento de estratégias competitivas
- Competitividade em ambientes empresariais contemporâneos
- Parâmetros e etapas do planejamento empresarial, desenvolvimento dos planos e ferramentas de planejamento estratégico para competitividade superior
- Responsabilidade pela preparação e avaliação do planejamento estratégico

Pré-requisito: Estratégia Empresarial.

ANÁL. DE INVESTIMENTO DE CAPITAL (CAPITAL BUDGETING) 32 h/a

Oferece a oportunidade para o aluno conhecer mais a fundo o processo de identificação, seleção, implementação e revisão de propostas de investimento de capital, tema introduzido na disciplina obrigatória de *Finanças Corporativas*. Retoma a discussão sobre os fluxos de caixa relevantes, os principais métodos de avaliação e a tomada de decisão.

Pré-requisito: Gestão de Finanças

ANÁLISE FINANCEIRA AVANÇADA 16 h/a

Como extensão natural da disciplina obrigatória de *Contabilidade Financeira*, nesta oportunidade o aluno irá aprofundar seus conhecimentos sobre o processo de avaliação do desempenho econômico-financeiro das organizações com base nas informações disponíveis, tendo em vista diferentes interesses.

Pré-requisito: Gestão de Finanças

AVALIAÇÃO DE EMPRESAS (VALUATION) 32 h/a

Aborda aspectos conceituais e práticos do processo de avaliação de empresas, tema de grande importância em *Finanças Corporativas*. Com foco na criação de valor, a disciplina contempla os principais modelos de *valuation*, e os seus elementos subjacentes: relação risco- retorno, custo de capital e fluxo de caixa descontado e crescimento.

Pré-requisito: Gestão de Finanças

CONTABILIDADE GERENCIAL (CONTROLADORIA) 32 h/a

Apresenta e discute a função de *Controladoria* nas organizações, com ênfase em aspectos relacionados a custos, formação de preços, impostos indiretos, planejamento e controle financeiro.

Ao abordar a visão interna, gerencial, esta disciplina complementa a disciplina obrigatória *Contabilidade Financeira*, essencialmente voltada aos interesses do usuário externo das informações e relatórios.

Pré-requisitos: Contabilidade

BUSINESS ANALYTICS PARA TOMADA DE DECISÃO 32 h/a

A disciplina eletiva concentra-se em como lidar com esta avalanche de dados digitais denominada *Big Data* que está no contexto das organizações e da vida cotidiana e em como priorizar e conduzir os projetos de natureza analítica para tomada de decisão pelos profissionais nas empresas.

O objetivo é capacitar os alunos com conceitos e práticas amplamente discutidos e vivenciados nas organizações a respeito de Inteligência de Negócios, ou *Business Analytics*, que transcende o tradicional conceito de Inteligência de Mercado, ou *Business Intelligence*, para uma perspectiva voltada à Inteligência Analítica. Pretende-se tratar a inteligência de negócios como uma disciplina de gestão, embora também de indispensável e inseparável relação com a tecnologia da informação e a construção de conhecimento.

Técnicas analíticas de vanguarda, muito apropriadas ao contexto do curso, para exploração de dados e elaboração de modelos preditivos, serão discutidas e aplicadas em estudos de caso. Dentre elas, Análise de Redes Sociais, *Visual Information Systems*, *Data Mining* e *Text Mining*, *Cluster Analysis* e Inteligência Geográfica.

Pré-requisito: Análise Exploratória de Dados

ANÁLISE PARA DECISÕES DE MARKETING 32 h/a

Analisar o desempenho das atividades de marketing a fim de tornar o embasamento das decisões na área menos subjetivo torna-se cada vez mais relevante. Este tema ganha crescente importância à medida que executivos vêm sendo cobrados para justificar as suas decisões e demonstrar o resultado das ações de marketing.

A partir dos casos de empresas que investiram no desenvolvimento de capacidades analíticas em marketing - como Samsung, Coca-Cola, Netflix, dentre outras de diferentes portes e setores - o objetivo da disciplina é de proporcionar conhecimentos sobre a tomada de decisão de marketing apoiada no uso de capacidades analíticas e métricas, de maneira a minimizar o risco associado

às decisões de alocações de recursos (verbas) entre diferentes marcas, linhas de produto, territórios, canais de distribuição, clientes e ações de comunicação. Além dos casos, é aplicado um game de simulação, “*Allocator*”, que usa uma base de dados real, e no qual os grupos competem por maiores níveis de *market share* e lucratividade para suas marcas, a partir das decisões de marketing e análise de um conjunto de métricas de desempenho.

Pré-requisito: Gestão de Marketing

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR 32 h/a

Desenvolver a compreensão sobre o comportamento dos consumidores por meio do estudo do processo de tomada de decisão de compra (seleção, avaliação, compra e pós-compra das diferentes categorias de produtos e serviços) e de dois tipos de fatores que exercem influência sobre ele: as diferenças individuais (relativas a percepção, aprendizado, memória, motivação, valores, personalidade, estilo de vida e atitudes) e as variáveis ambientais (relacionadas com a influência de grupos, da cultura e subculturas presentes na sociedade).

Pré-requisitos Gestão de Marketing

MARKETING DE REDES SOCIAIS 16 h/a

O estudo das estratégias de Marketing nas redes sociais virtuais tem como objetivo discutir conceitos e aplicações práticas sobre a internet como um meio de pesquisa, comunicação, interação, relacionamento e construção de valor para indivíduos e empresas.

O curso proporciona aos alunos uma revisão do ambiente de marketing online atual, ajudando-os a:

- compreender o papel das redes sociais e de suas possibilidades na estratégia de marketing;
- construir uma visão crítica das práticas contemporâneas nas empresas (produtos, serviços e marcas);
- avaliar o resultado de ações no ambiente online.

Pré-requisito: Gestão de Marketing

MARCAS, PRODUTOS E INOVAÇÃO 32 h/a

O objetivo do curso é discutir tópicos de gestão e estratégia de marcas (posicionamento, design de marca, gestão de portfólio, etc) e suas aplicações na administração do composto de marketing de uma organização. Serão abordados ainda os fundamentos relativos à gestão de produtos, novos produtos e inovação.

Pré-requisitos Gestão de Marketing

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL 32 h/a

Aplicar metodologia para análise e diagnóstico integrado das operações de empresas e organizações na atual realidade brasileira, com visão sobre os diferentes aspectos de operações, financeiros e estratégicos.

Estudar casos práticos da realidade brasileira atual, tecendo considerações e conclusões aplicáveis ao setor e ao nicho no qual cada uma das empresas analisadas opera. O curso baseia-se fortemente nos trabalhos práticos que serão desenvolvidos pelos participantes, com a assessoria do professor.

Pré-requisito: Gestão de Finanças, Gestão de Marketing e Gestão de Operações

GESTÃO DE PROJETOS E PROCESSOS 32h/a

Capacitar os participantes a desenvolver e trabalhar com duas formas de operação e gestão: a gestão por processos e a gestão por projetos. O conhecimento adquirido deverá orientar a atuação dos participantes como consultores internos e agentes de mudanças em suas organizações, desenvolvendo sua capacidade e habilidade para atuar como gerentes de projeto de diversas áreas, porte ou complexidade, liderando equipes multidisciplinares e gerenciando recursos, tempo, orçamentos e riscos objetivando conduzir implementações com sucesso.

Serão examinadas as áreas de conhecimento referentes a redesenho e melhoria de processos, integração e gestão por projetos, sendo desenvolvido um caso real ao longo do curso pelos alunos, empregando metodologias de análises e otimização de processos, ferramentas de documentação, técnicas de gestão de projetos e utilização de modelos de referência fundamentados no PMBoK (*Project Management Body of Knowledge*).

Pré-requisito: Gestão de Pessoas

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT- COMPETINDO NAS REDES 16 h/a

A competição deixou de ser uma competição entre empresas individuais e passou a ser uma competição entre cadeias. As empresas estão inseridas numa cadeia e seu potencial competitivo depende cada vez mais da configuração e da otimização da operação desta cadeia.

A disciplina capacita os alunos nos princípios de configuração das cadeias como a decisão de fazer ou comprar, alianças e nas técnicas de gestão de operação e sincronização.

Pré-requisito: Gestão de Operações

SUSTENTABILIDADE E COMPETITIVIDADE 16 h/a

O conceito de sustentabilidade representa uma nova abordagem de se fazer negócios e visão de competitividade que, simultaneamente, deve promover inclusão social e reduzir ou otimizar o uso de recursos naturais e o impacto sobre o meio ambiente, sem desprezar a rentabilidade econômico-financeira do seu negócio.

Os objetivos desta disciplina são os seguintes:

- Compreender os desafios socioambientais enfrentados no século XXI;
- Discutir os fundamentos da sustentabilidade no contexto empresarial;
- Compreender como as empresas incorporam em seus modelos de negócios a responsabilidade socioambiental.
- Demonstrar as ferramentas e práticas de gestão socioambiental.

Pré-requisito: Não há