
PÓS - GRADUAÇÃO LATO SENSU
ESPECIALIZAÇÃO

MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL
com ênfase em
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

SIGA: TMBAGE



1. COORDENAÇÃO

Prof. ISNARD MARSHALL JUNIOR - Doutor - Universidade Federal do Rio de Janeiro

Coordenação do Núcleo Concentração

Prof. ANDRÉ BITTENCOURT DO VALLE - MSc - Pontifícia Universidade Católica - RJ

2. APRESENTAÇÃO

O MBA em Gestão Empresarial com ênfase em Tecnologia da Informação foi projetado segundo as mais recentes demandas do ambiente empresarial, em multidisciplinaridade.

O curso aborda uma grande diversidade de conceitos e práticas, essenciais à formação de profissionais que buscam agir e intervir no mundo de negócios, cada vez mais globalizado e competitivo.

Este curso tem como foco os profissionais interessados em crescer nas suas posições profissionais, aumentando sua visão geral na gestão de negócios.

O participante é incentivado a desenvolver sua capacidade e habilidade para pensar e decidir, através de troca de experiência e do trabalho em equipe.

É apresentado de forma estruturada, considerando as diversas áreas do saber importantes para uma organização, além de oferecer especificamente uma concentração na área de Tecnologia da Informação.

3. OBJETIVO

- Desenvolver visão estratégica;
- Oferecer instrumentais permitindo ao participante uma maior eficiência no processo decisório;
- Desenvolver a capacidade de analisar, estruturar e sintetizar as informações relacionadas à área de Administração;
- Desenvolver habilidades pessoais em comunicação, planejamento e liderança;
- Contribuir na formação de executivos em tecnologia da informação;
- Capacitar seus participantes a utilizarem os conceitos e práticas específicas na área de Tecnologia da Informação.

4. A QUEM SE DESTINA

- Profissionais cujo ponto atingido em suas carreiras os obriga a atingir novos níveis de formação acadêmica.
- Profissionais que aspirem a cargos executivos em suas empresas e que demandem, além de experiência profissional, sólidos conhecimentos de economia, gerência, finanças, gestão de pessoas e demais áreas específicas de management.
- Profissionais que sintam necessidade de atualização, reciclagem e gestão do conhecimento.

5. CERTIFICAÇÃO

5.1. Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA, nível Especialização da Fundação Getulio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES nº 1 de 08/06/2007, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior.

5.2. Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA em Gestão Empresarial, Nível Especialização” aos participantes que atenderem a todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso do módulo nacional.

5.3. Será outorgado pela Universidade da Califórnia - Irvine, o certificado de “*Business and Management for International Professionals*” aos participantes deste módulo internacional.

5.4. Será outorgado pela Universidade de Chicago o certificado de “*Public Policy, Finance and Investment Strategies*” aos participantes deste módulo internacional.

5.5. Será outorgado pelo Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial - INDEG / Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa - *ISCTE Business School* - Lisboa, o certificado de “Gestão de Negócios” aos participantes deste módulo internacional.

5.6. Será outorgado pela Universidade Chinesa de Hong Kong, o certificado de “*China Business & Economic Strategies for Managers*” aos participantes deste módulo internacional.

5.7. Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA Executivo Internacional com ênfase em Gestão Empresarial, Nível Especialização”, aos participantes que atenderem todos os critérios de aprovação do módulo nacional e internacional.

MÓDULO NACIONAL		
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL		
	I - PARTE COMUM	HORAS /AULA
1	Aspectos Comportamentais da Gestão de Pessoas	24
2	Contabilidade para Executivos	24
3	Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas	24
4	Economia Aplicada	24
5	Estratégia de Empresas	24
6	Finanças Corporativas	24
7	Fundamentos de Marketing	24
8	Gestão de Marketing	24
9	Gestão da Qualidade	24
10	Matemática Financeira	24
	II -PARTE COMPLEMENTAR	
11	Jogos de Negócios	24
	III - Disciplinas Online	
12	Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável - <i>Online</i>	36
13	Negociação - <i>Online</i>	36
	IV- Disciplinas Parte Ênfase	
14	Segurança da Informação	24
15	Sistema de Informação	24
16	Gerenciamento de Projetos de TI	24
17	E- Business	24
18	Governança Corporativa de TI	24
19	Gestão do Conhecimento e Capital Intelectual	24
	V - Trabalho de Conclusão de Curso - TCC	---
	CARGA HORÁRIA TOTAL	480

A FGV se reserva o direito de, excepcionalmente, alterar a programação do curso, sem prejuízo da carga horária e da qualidade

MÓDULOS INTERNACIONAIS	HORAS/AULA
Business and Management for International Professionals University of California - Irvine	54
Finanças e Políticas Públicas University of Chicago - Harris School	32
Gestão de Negócios Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial- ISCTE /INDEG - Lisboa	40
China Business & Economic Strategies for Managers Asia-Pacific Institute of Business – Chinese University of Hong Kong	40

7. Descritivo das Disciplinas – Módulo Nacional

I. PARTE COMUM

7.1- Aspectos Comportamentais da Gestão de Pessoas

Mudanças comportamentais. Aprendizagem e comportamentos organizacionais. Ética aplicada às relações de trabalho. Comunicação. Motivação. Liderança como essência da gestão. Formação e desenvolvimento de equipes.

7.2 - Contabilidade para Executivos

Fundamentos da contabilidade. Demonstrações contábeis .Participação societária a variações do patrimônio líquido . Análise econômica - financeira

7.3 - Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas

Contextualização da gestão de pessoas.. Gestão de competências. Gerenciamento de talentos. Aprendizagem e cultura organizacional.

7.4 - Economia Aplicada

Conceitos econômicos. Mensuração da atividade econômica. A moeda e o sistema financeiro. Inflação e índices de preços. Balanço de pagamentos.

7.5 - Estratégia de Empresas

Evolução do pensamento estratégico. Gestão estratégica no novo milênio. Análise do ambiente externo. Cenários, oportunidades, ameaças e o ambiente competitivo. Análise do ambiente interno. Aplicação das principais ferramentas estratégicas. Desenvolvimento de estratégias. *Balanced scorecard* (BSC). Objetivos e plano de ação.

7.6 -Finanças Corporativas

Visão geral de finanças. Risco e retorno. Fluxo de caixa dos investimentos e capital de giro. Critérios para análise de projetos. Avaliação de empresas e projetos.

7.7 - Fundamentos de Marketing

O Conceito de marketing. O Ambiente de marketing. Elementos do composto de marketing. Comportamento do consumidor. Inteligência de marketing. Segmentação de mercado. Posicionamento. A interface do marketing com outras áreas funcionais da organização.

7.8 - Gestão de Marketing

Gestão de marketing como ferramenta competitiva. Desenvolvimento da proposta de valor. Desenvolvimento do mix de marketing. Marketing de Serviços. Estratégia, planejamento e gestão estratégica. Planejamento, implementação e controle de marketing.

7.9 - Gestão da Qualidade

Evolução do processo da qualidade. Conceitos básicos. Prêmio Nacional da Qualidade. Normas ISO. Padronização e melhoria. Ferramentas para gerenciamento. Métodos específicos de gestão.

7.10 - Matemática Financeira

Relação fundamental e taxas de Juros. Regime de juros simples. Regime de juros compostos. Séries uniformes de pagamentos. Sistemas de amortização. Método de análise de fluxos de caixa. Desconto

II – PARTE COMPLEMENTAR

7.11 – Jogos de Negócios

Aplicação dos conhecimentos aprendidos ao longo do curso em atividades que simulem situações reais do cotidiano competitivo da atividade empresarial. Introdução à dinâmica de Jogo de Negócios. Revisão e integração dos conceitos utilizados na gestão empresarial por intermédio da utilização de modelo de simulação (Business Game) que contempla decisões / “jogadas” associadas às temáticas de economia, estratégia, controle contábil e financeiro, operacional, finanças, mercadológica e outras aprendidas durante o MBA.

III – Disciplinas Online

7.12 - Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável

História da questão ambiental: homem e meio ambiente, conscientização, desenvolvimento sustentável. Questões do desenvolvimento sustentável: desafios, empresas e desenvolvimento sustentável, responsabilidade social corporativa. Problemas ambientais em escala global: chuva ácida, destruição da camada de ozônio, mudanças climáticas, crise da água, poluentes orgânicos persistentes. Meio ambiente e comércio exterior: comércio exterior, organização mundial do comércio, instrumentos de barreira comercial, normas internacionais de gestão ambiental.

7.13 – Negociação

Natureza da negociação: negociação, características da negociação, aspectos tangíveis das negociações, satisfação dos clientes. Condução da negociação: modelo conceitual, tipos de dissonâncias, alternativas, plateia, agenda oculta, expansão do modelo. Alternativas em negociação: desenvolvimento de alternativas, complexidade do processo decisório. Método de Harvard: método de negociação, pessoas, interesses, opções, critérios.

IV – Disciplinas Parte Ênfase

7.14 - Segurança da Informação

Estudo da Segurança da Informação como grande desafio da integração entre tecnologia e negócio; Vulnerabilidades, riscos e impactos associados ao manuseio, armazenamento, transporte e descarte das informações; Aspectos da Segurança da Informação; Soluções de Segurança; Autenticação e Autorização; Combate a ataques e invasões; Segurança na comunicação e Privacidade (criptografia); Política de Segurança Auditoria.

7.15 - Sistemas de Informação

O Sistema de Informações gerenciais como ferramenta na busca da Excelência Empresarial; Sistemas Integrados de Gestão (ERP); Sistemas de Relacionamento com Clientes (CRM); Data Warehousing; Data Mining; Business Intelligence; Business Process Management.

7.16 - Gerenciamento de Projetos em TI

Introdução aos Projetos; As 9 áreas de conhecimento da gerência de projetos; fases e Ciclo de Vida de um Projeto; Os processos da Gerência de Projetos; O Plano de Projeto.

7.17 - E-Business

Estratégia em e-business, e-commerce e TI; Infraestrutura e propriedade intelectual; Comércio Eletrônico B2C (para o consumidor final); Comércio Eletrônico B2C (entre empresas).

7.18 - Governança Corporativa de Tecnologia da Informação

Estruturação da área de TI: Centralização x Descentralização; Gerência de desenvolvimento; Gerência de equipamentos e manutenção; Gerência de Implantação; Relacionamento com usuários e com a alta direção; Quando comprar x quando desenvolver internamente; Outsourcing; Fábricas de Software; Acordos de Nível de Serviço e Gerenciamento de Nível de Serviço; Normas técnicas de governança corporativa: ITIL, COBIT.

7.19 - Gestão do Conhecimento e Capital Intelectual

O que é gestão do Conhecimento; estratégias para implantação; Questões relevantes; tecnologias e ferramentas; Gerenciamento de lições aprendidas de projetos com o uso de KM.

V – TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de final de curso ,de caráter obrigatório,que deverá ser apresentado pelos alunos,baseados na integração de diversas disciplinas e alinhado com os objetivos do programa em questão