

MBA EXECUTIVO EM GESTÃO COMERCIAL

O MBA Executivo em **Gestão Comercial** foi desenvolvido sob medida para profissionais que atuam ou desejam atuar na área comercial, a fim de prepara-los para fazer frente aos imensos desafios do mundo atual, com suas crises e oportunidades. Trata-se de um curso inédito no Brasil, devido às disciplinas diferenciadas e o viés da gestão empreendedora, uma tendência verificada na economia mundial nos últimos anos.

Serão discutidos não apenas conceitos teóricos, mas levaremos as últimas tendências da gestão comercial, através de professores com experiência prática e acadêmica na área, palestrantes, consultores e executivos da área. Além disso, a metodologia incluirá estudos de casos e visitas às empresas que trabalham com as melhores práticas de gestão sediadas no Estado do Ceará.

Foram incluídas disciplinas de caráter comportamental com bases nos últimos estudos da neurociência, coaching e liderança e disciplinas de caráter mais sistêmico para que o aluno possa ter uma visão geral estratégica de uma organização, oferecendo aos participantes conteúdos inéditos, que poderão alavancar resultados surpreendentes para todos aqueles que desenvolvem atividades de gestão de comercial.

O aluno terá à disposição o método **Mentoring EASE**, uma inovação presente em mais de 27 turmas de MBA da Faculdade Farias Brito, que inclui coaching e consultoria personalizada para o aluno, a fim de acompanhá-lo na sua evolução pessoal e o desenvolvimento da sua empresa ou projeto.

Diferenciais do MBA Executivo em Gestão comercial:

- Mentoria e acompanhamento especializado para o aluno
- Missão empresarial internacional com certificação em Portugal
- Aulas com executivos, professores e consultores com atuação em Fortaleza e outros estados.
- Eventos on-line

O curso é coordenado por Guilherme Said, professor, consultor e diretor da EASE BRASIL – Escola de Negócios, instituição especializada em educação executiva, consultoria organizacional e formação de líderes, com profissionais de Fortaleza, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre.

O trabalho final do MBA será um projeto construído no decorrer do curso, que poderá ser um Plano de negócios para a construção de uma nova empresa, ou um projeto de intervenção organizacional.

OBJETIVOS:

Geral: Formar profissionais para atuarem na gestão comercial de empresas privadas, nos setores de comércio e serviços, através de conteúdos teóricos e práticos que levem à reflexão e excelência no planejamento, execução e controle de atividades relacionadas às questões técnicas e comportamentais das unidades comerciais das organizações.

Específicos:

- Preparar os profissionais para planejar, executar e acompanhar as atividades técnicas e humanas da área comercial de empresas que atuam nos setores de comércio e serviços.

- Formar profissionais na gestão comercial de empresas privadas, colocando em prática as últimas tendências da administração de vendas.
- Desenvolver habilidades e comportamentos que levem à excelência na gestão de pessoas na área comercial.
- Desenvolver conhecimentos e habilidades na gestão de processos e rotinas comerciais.
- Capacitar os alunos para a implantação de ferramentas comerciais inovadoras.
- Aprimorar o nível de comunicação do profissional, objetivando facilitar a gestão de equipes comerciais.
- Preparar os alunos para compreenderem uma organização privada em todos os seus aspectos operacionais, táticos e estratégicos, a fim de facilitar a integração e a comunicação com a área comercial.
- Desenvolver o espírito empreendedor nos alunos, objetivando a elaboração de projetos de inovação comercial dentro das empresas.
- Desenvolver a inteligência emocional e a capacidade de liderança de equipes comerciais.
- Preparar o profissional para atuar em qualquer nível gerencial comercial dentro das empresas: supervisor de vendas, gerente de vendas, gerente de canais e diretor comercial.
- Formar profissionais nas mais avançadas técnicas de vendas, oratória e liderança de pessoas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Módulo: Tendências em Gestão empresarial e Empreendedorismo – 30h

Tópicos:

- O cenário social, político e econômico e seu impacto no mundo dos negócios
- A revolução do conhecimento e seu impacto na gestão de empresas
- As mudanças no perfil de consumo dos clientes
- Gestão empreendedora e intraempreendedorismo
- O papel das inovações tecnológicas e organizacionais
- Gestão de carreira
- As competências do trabalhador do século XXI
- Antigos paradigmas X Novos paradigmas
- A Competitividade e o papel dos líderes
- O futuro da gestão de empresas e seu impacto na gestão brasileira

Módulo: Liderança e desenvolvimento de equipes – 30h

Tópicos:

- Conceitos e tendências em liderança
- O papel do líder
- Características do líder
- Conquistando a autoridade
- O Líder coach
- Modelos de treinamento de equipes
- Recrutamento e seleção de pessoas
- Motivação de equipes
- Estratégias de orientação individual
- Comunicação para resultados
- Gestão de conflitos
- Quebra de resposta programada e sua relação com a liderança
- Neurociência aplicada à liderança
- Negociação e liderança

Módulo: Marketing Estratégico – 30h

Tópicos:

- Marketing: conceitos, evolução e objetivos
- Estratégia e Marketing
- As atividades de marketing
- Tendências em marketing
- Administração mercadológica
- O processo de marketing
- Gestão de produtos
- Gestão de preços
- Gestão da comunicação
- Gestão da distribuição
- Métricas de marketing
- Estruturação do Plano de Marketing
- Componentes de uma pesquisa de marketing
- Classificação dos tipos de pesquisa
- Pesquisas quantitativas e qualitativas

Módulo: Estratégia empresarial – 30h

Tópicos:

- Introdução à estratégia empresarial
- O processo de criação da estratégia
- Gestão estratégica

- Implementando um modelo de gestão estratégica
- Diagnóstico estratégico
- Planejamento estratégico: conceitos e objetivos
- Identidade organizacional
- Ferramentas de planejamento estratégico
- Análise do ambiente
- Balanced Scorecard e Mapa estratégico
- Indicadores de acompanhamento do planejamento estratégico
- Estratégias de marketing e Inteligência competitiva de mercado

Módulo: Gestão de processos e Diagnóstico Organizacional – 30h

Tópicos:

- Fundamentos de processos
- Estrutura do Diagnóstico organizacional
- Identificação de processos principais, de apoio e gerenciais
- Hierarquia e representação gráfica de processos
- Integração dos processos organizacionais
- Normatização de processos e sistemas de certificação
- Metodologias para a racionalização de processos
- Modelagem, implantação e gerenciamento de processos
- Análise, auditoria e padronização de processos
- Gestão de Processos e o impacto na gestão empresarial
- Gerenciamento de riscos ligados a processos
- Tecnologia aplicada ao mapeamento e modelagem de processos
- Estudos de casos.

Módulo: Finanças corporativas – 30h

Tópicos:

- Introdução às finanças corporativas
- Contabilidade empresarial
- Introdução aos instrumentos financeiros
- Planejamento financeiro e orçamentário
- Administração do capital de giro
- Gestão econômico-financeira
- Gestão do fluxo de caixa
- Análise de investimentos
- Indicadores financeiros
- Estratégia de distribuição de resultados

Módulo: Oratória para líderes – 30h

Tópicos:

- Erros e acertos em comunicação em massa
- Métodos e modelos de apresentação em público
- Postura e tom de voz
- Como desenvolver uma boa voz e dicção.
- Metáforas e figuras de linguagem como estratégia de comunicação.
- Fazendo conexões entre imagens e assuntos.
- O poder da oratória na gestão e desenvolvimento de pessoas
- Estratégias de orientação em massa
- Análise dos modelos de comunicação de grandes oradores

Módulo: Planejamento e Gestão de vendas – 30h

Tópicos:

- Visão sistêmica da área de vendas
- Planejamento da força de vendas
- Análise e segmentação de mercado
- Modelos de remuneração na área de vendas
- Planejamento e acompanhamento de metas de vendas
- Indicadores de vendas
- Organização do território de vendas
- Controle e acompanhamento da área de vendas
- Ferramentas de gestão de vendas
- Gestão do atendimento

Módulo: Marketing digital – 30h

Tópicos:

- As mídias sociais no mundo contemporâneo
- As empresas e as mídias sociais: possibilidades de uso, tipos uso comuns atualmente e principais problemas na implementação.
- Serviços e equipe
- Do marketing geral aos meios digitais
- Conceituação de Marketing Digital
- Conceituação de Comunicação e Comunicação Digital
- Principais ferramentas tecnológicas aplicadas ao Marketing Digital
- Pesquisa de cenário e de concorrência: formas de pesquisa de mercado através da internet e ferramentas utilizadas
- Análise de cenário e de concorrência e construção de diagnóstico de presença online
- Mix de Comunicação com uso de ferramentas da internet
- Blog e redes sociais

- E-commerce: tipos de lojas virtuais, melhores práticas, comportamento dos consumidores online
- Search Engine Marketing: formas de busca, técnicas de otimização para Google e Youtube
- Webwriting: gestão da informação online, técnicas de arquitetura e otimização
- Digital Advertising
- Mobile Marketing

Módulo: Estruturação de canais de vendas – 30h

Tópicos:

- Conceitos e tipos de canais de vendas
- Canais diretos e indiretos de vendas
- Os elos da cadeia de distribuição: produtores, distribuidores e revendedores
- Planejamento e desenvolvimento de canais de vendas
- Gerenciamento da cadeia de distribuição
- Indicadores de performance no gerenciamento de canais de vendas
- Gestão de Conflitos de canais
- Gestão de revenda
- Fatores Críticos de Sucesso de uma Operação de Canais de Vendas
- Marketing digital em canais de vendas
- Programa estruturado de canais
- Conceitos de vendas corporativas
- Metodologias de vendas corporativas
- Técnicas de vendas para canais indiretos
- Planejamento de vendas para canais corporativos
- Indicadores de performance para canais corporativos

Módulo: Matemática financeira – 30h

Tópicos:

- Matemática financeira e gestão empresarial
- Regimes de capitalização
- Juros Simples
- Cálculo de Montante, Principal, taxa e prazo em Juros Simples
- Taxas proporcionais em Juros Simples
- Introdução aos Juros Compostos
- Cálculo de Montante, Principal, taxa e prazo em Juros Compostos
- Taxas equivalentes, efetivas, nominais, reais em Juros Compostos
- Transformação de taxa nominal em efetiva e vice-versa
- Comparação entre juros simples e juros compostos
- Desconto “por dentro” e “por fora”
- Sistemas de amortização de empréstimos
- Sistema Francês (Tabela PRICE)
- Sistema de Amortização Constante (SAC)
- Sistema Americano

- Anuidades ou rendas
- Amortização e capitalização
- Rendas certas
- Rendas aleatórias
- Rendas postecipadas e antecipadas
- Fluxo de caixa
- Conceitos de custos e precificação

Módulo: Direito empresarial e do consumidor – 30h

Tópicos:

- Teoria da Empresa
- Empresa e Empresário
- Caracterização e inscrição
- Capacidade
- Estabelecimento
- Institutos complementares
- Registro e Nome empresarial
- Prepostos
- Gerente
- Contabilista e consultor jurídico
- Escrituração
- Fundo de comércio e elementos incorpóreos
- Direitos do consumidor
- Política nacional de relações de consumo.
- Direitos básicos do consumidor
- Qualidade de produtos e serviços, prevenção e reparação dos danos
- Práticas comerciais
- Proteção contratual
- Sanções administrativas
- Infrações penais
- Defesa do consumidor em juízo

Módulo: Trabalho de conclusão do curso – 16h

A orientação do TCC é feita de forma individualizada. O trabalho poderá ser um plano de negócios para a construção de uma empresa ou um projeto de intervenção organizacional para criação de melhorias ou inovações em uma empresa existente.

PROFESSORES E MÓDULOS
Nº de módulos: 13
Carga horária total: 376 horas

MÓDULO	HORAS	DOCENTE	TITULAÇÃO	ORIGEM
Tendências em Gestão empresarial e Empreendedorismo	30	Guilherme Said	Mestre	EASE
Liderança e desenvolvimento de equipes	30	Guilherme Said e convidados	Mestre	EASE
Estratégia empresarial	30	Henrique Vieira	Doutor	EASE / POLIBRÁS
Gestão de Processos e Diagnóstico organizacional	30	Francisco Edvaldo Moita Lima	Especialista	EASE
Finanças corporativas	30	Márcio Moreira	Mestre	EASE
Marketing estratégico	30	Bruno Leitão	Mestre	EASE / FFB
Planejamento e gestão de vendas	30	Márcio Alcântara	Especialista	EASE
Matemática financeira	30	Gustavo Guitti	Mestre	EASE
Oratória para líderes	30	Guilherme Said e Rodrigo Said	Mestre	EASE
Marketing digital	30	Wellington Gabriel	Mestre	EASE
Estruturação de canais de vendas	30	Joaquim Perúcio	Mestre	EASE
Direito empresarial e do consumidor	30	Luciana Madruga	Especialista	EASE / FFB
TCC - PROJETO FINAL	16	Guilherme Said	Mestre	EASE
TOTAL	376			

OBS.: Quando necessário, por questões de agenda, os professores previstos podem ser alterados, mantendo-se o mesmo nível de formação e experiência dos docentes substitutos.

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES

Investimento: 1+14 de R\$ 680,00

Período de Inscrições e matrículas: 24/07/2017 a 30/09/2017

Início: 05/10/2017

Aulas: quinta e sexta (18h:30 às 22h) e sábados (8h:30 às 17h30) quinzenalmente.

Telefones e e-mail: (85) 98642.5449 / (85) 98836.2067 (85) 3486-9192 / contato@easebrasil.com.br

Processo de seleção e Documentação necessária: Curriculum Vitae, Cópias RG, CPF, Comprovante de residência, Certificado de conclusão da graduação e entrevista com o coordenador do curso.

COORDENAÇÃO



Guilherme Said – Administrador de empresas (UFC), com MBA em Gestão Empreendedora (UFC), Mestre em Administração de empresas (UFC), Coach e Mentor pessoal e executivo. Ex-executivo nas áreas comercial e de gestão de projetos, Consultor de empresas, escritor e professor universitário com experiência de mais de 15 anos em projetos de consultoria, desenvolvimento de líderes e programas de educação executiva. Autor de 3 livros, Diretor Acadêmico da EASE BRASIL – Escola de Negócios e coordenador dos MBA's em gestão da Faculdade Farias Brito, com apoio da EASE Brasil.