

MBA em Gestão: Comercial



trecsson.com.br


TRECSSON
BUSINESS
CONVENIADA

MBA FGV
É MAIS QUE MBA. É FGV.

PREZADO (A) SENHOR (A)

Agradecemos seu interesse em nossos programas de ensino e lhe cumprimentamos pela iniciativa de buscar o seu aperfeiçoamento profissional. Você está recebendo o programa do curso de MBA da Fundação Getúlio Vargas. Nele, você encontrará informações detalhadas sobre o curso, além de: período de realização, horário, local, valor de investimento e procedimentos para efetivação de sua matrícula.

Na oportunidade gostaríamos de ressaltar que o processo seletivo para os cursos de Pós-Graduação *Lato Sensu* da FGV Management compreende uma análise curricular.

Atenciosamente,

Sárgom Ceranto

Coordenador Local FGV / Diretor Comercial
sargom@trecsson.com.br

SOBRE A FGV

A Fundação Getulio Vargas surgiu em 20 de dezembro de 1944. Seu objetivo inicial era preparar pessoal qualificado para a administração pública e privada do País. Na época, o Brasil já começava a lançar as bases para o crescimento que se confirmaria nas décadas seguintes. Antevendo a chegada de um novo tempo, a FGV decidiu expandir seu foco de atuação e, do campo restrito da administração, passou ao mais amplo das ciências sociais e econômicas. A instituição extrapolou as fronteiras do ensino e avançou pelas áreas da pesquisa e da informação, até converter-se em sinônimo de centro de qualidade e de excelência.

Marca de pioneirismo e ousadia, a Fundação Getulio Vargas inaugurou, no Brasil, a graduação e a pós-graduação stricto sensu em administração pública e privada, bem como a pós-graduação em economia, psicologia, ciências contábeis e educação. A FGV também lançou as bases para uma economia bem fundamentada, a partir da elaboração do balanço de pagamento, das contas nacionais e dos índices econômicos. Iniciativas como essas ajudaram o profissional em busca de formação e até o cidadão comum a entenderem melhor o desempenho econômico e social brasileiro.

SOBRE A TRECSSON

Em mais de 25 anos de atuação, o Grupo Trecsson é uma das principais referências no sistema de educação corporativa do interior do Brasil. Com unidades em Maringá, no noroeste do Paraná, e em Dourados, no sul do Mato Grosso do Sul, é uma instituição de ensino voltada para a geração e disseminação de conhecimento. A Trecsson oferece ao mercado produtos próprios e, desde 1999, é conveniada à Fundação Getulio Vargas (FGV). São programas de pós-graduação, MBA, pós-MBA, cursos de curta duração e universidade corporativa. Além de amplos e modernos espaços para a realização de eventos.

Em um quarto de século de atuação, a Trecsson já formou mais de 3 mil executivos.

A matriz em Maringá oferece 9 salas; um auditório para locação; e área para exposição de produtos e serviços. Os ambientes são climatizados, com cadeiras estofadas, sistema de som, iluminação adequada, equipamento de projeção multimídia de alta definição e acesso à internet.

O Centro de Eventos Trecsson está localizado dentro do Catuaí Shopping Maringá, com localização privilegiada; amplo estacionamento monitorado; rede de lojas das principais marcas presentes no País; praça de alimentação diversificada; e sistema de segurança.

Em Dourados, no Mato Grosso do Sul, a Unidade da Trecsson ocupa uma área de 600 metros quadrados, em uma das esquinas mais movimentadas do Centro da cidade. São quatro salas de aula e um local para reuniões. Também com ambiente climatizado, projetores multimídia, sistema de som e iluminação adequados e acesso à internet.

Tanto em Maringá quanto em Dourados, os espaços da Trecsson reúnem as estruturas ideais para a realização de eventos corporativos e para a transmissão de conhecimento do mais alto padrão disponível no País.

- Missão: Oferecer produtos e serviços, que promovam o conhecimento, desenvolvam as pessoas, fortaleçam a competitividade das empresas, para que façam a diferença no mundo.
- Visão: Ser referência para nossos clientes, fornecedores e colaboradores, como uma empresa que visa a união, excelência e qualidade, que gerem resultados pelos serviços prestados e cursos oferecidos.

SOBRE O MBA DA FGV

Os cursos de pós-graduação lato sensu da Fundação Getúlio Vargas, incluindo os MBAs, são destinados aos profissionais que buscam se aprimorar e assumir um novo patamar em suas carreiras, ou até mudar de área de atuação.

Eles são desenvolvidos pelos professores e pesquisadores das Escolas da FGV que, juntas, constituem um importante centro de excelência do país, nas áreas da Administração Pública e de Empresas, da Economia, do Direito, das Ciências Sociais, da História e da Matemática Aplicada. Dessa forma, os programas aliam a tradição e a vanguarda acadêmica da FGV às mais novas práticas do mercado, preparando os profissionais para os desafios do mundo contemporâneo.

Os programas são coordenados e gerenciados pelo Instituto de Desenvolvimento Educacional da FGV (FGV IDE). O FGV IDE forma, portanto, uma rede única de distribuição para os programas de educação continuada produzidos pelas diversas Escolas da Fundação Getúlio Vargas, garantindo o mesmo padrão de qualidade e excelência nos cursos oferecidos em todo o país. Além dos três núcleos próprios – Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília – a FGV conta com uma rede conveniada, formada por mais de 40 instituições, presentes em mais de 120 cidades brasileiras.

MBA EM GESTÃO: COMERCIAL

Curso de Pós-Graduação *lato sensu*

APRESENTAÇÃO

O MBA em Gestão: Comercial proporciona um completo conjunto de teorias e ferramentas que permitirão a obtenção de resultados comerciais dentro de princípios éticos e morais, valorizando, de forma permanente, a tomada de decisões que contribuam para o atingimento das metas da organização, sem abrir mão da sua responsabilidade social.

Os participantes do MBA em Gestão: Comercial são estimulados a pensar de maneira sistêmica, de forma a compreenderem a complexidade da função vendas e que a integração desta com as demais áreas funcionais é fundamental para a obtenção de bons resultados comerciais de forma permanente e consistente.

O MBA em Gestão Comercial adota uma metodologia que combina análise de casos, exercícios, simulações e discussões dirigidas, além de utilizar um atualizado referencial teórico para dar substância e concretude ao conteúdo apresentado.

OBJETIVOS

O MBA em Gestão: Comercial tem como principal objetivo capacitar o profissional a atuar de forma estratégica na área comercial de uma organização, conquistando e fidelizando clientes em um mercado globalizado, dinâmico, exigente e concorrido.

Você irá adquirir:

- Competências técnicas, comportamentais e gerenciais que permitam aos tomadores de decisão responsáveis pelas áreas comercial e de vendas, desempenhar as suas funções estratégicas e táticas com maior eficiência, eficácia e efetividade;
- Competências interpessoais para um cenário global de negócios volátil, incerto, caótico e ambíguo;
- Experiências práticas e boas práticas de vendas, considerando a realidade comercial das empresas que vivem em um contexto globalizado;
- Capacidade de inovação nas ações comerciais das suas organizações;
- Habilidades pessoais e interpessoais que facilitem a liderança de equipes de alto desempenho de vendas.

PÚBLICO-ALVO

O MBA em Gestão Comercial é diretamente voltado a:

- Gestores de equipes comerciais, interessados em conhecer tendências modernas aplicadas na gestão comercial e, conseqüentemente, melhorar a qualidade das suas decisões relativas ao processo comercial;
- Profissionais ligados às áreas comercial e de vendas de todos os segmentos (consumo, industrial, varejo e serviços), interessados no seu desenvolvimento individual e como time;
- Empreendedores e executivos gerais de empresas que pretendam conhecer e extrair mais valor da área comercial das suas organizações;
- Profissionais indiretamente ligados à área de vendas, mas que desejam compreender melhor o impacto da sua área funcional sobre os resultados comerciais das organizações (logística, controladoria, finanças, compras e outras análogas).

METODOLOGIA

Os cursos do Programa MBA da FGV têm por objetivo estimular a reconstrução do conhecimento por meio da abordagem integrada entre teoria e prática, em consonância com os contextos econômicos, sociais e regionais onde os cursos são ministrados.

Os conteúdos das disciplinas são agrupados por eixos temáticos, que visam a atingir objetivos de aprendizagem específicos, alinhados ao desenvolvimento das competências necessárias à prática profissional de seus alunos.

Para apoiar a base teórica das aulas presenciais, os cursos contam com suporte de um ambiente virtual de aprendizagem, o eClass, no qual o aluno pode acessar, a qualquer momento, em seus dispositivos eletrônicos, o conteúdo da disciplina, fazendo uso irrestrito de reconhecidas bibliotecas virtuais. Além disso, há acesso a outras ferramentas que oferecem suporte ao processo de ensino-aprendizagem e facilitam a comunicação.

As atividades práticas também podem ser desenvolvidas com o apoio de estudos de casos, jogos de negócios e situações que permitam aos alunos simularem a vivência de experiências desafiadoras, encorajando-os à aplicação de seus conhecimentos na resolução dos desafios propostos.

AVALIAÇÃO

A avaliação da aprendizagem tem papel fundamental para o processo de reconstrução de conhecimento pelos alunos, por isso, cada disciplina tem um instrumento avaliativo diferente. As avaliações construídas pelos professores possuem questões que abordam a aplicabilidade dos conceitos trabalhados em sala a contextos empresariais.

Os instrumentos de avaliação utilizados visam não somente apoiar o diagnóstico do aprendizado como também servir como reflexão para os alunos quanto à prática dos conceitos a fim de capacitá-los para melhores tomadas de decisão como executivos.

CERTIFICAÇÃO

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

COORDENADOR ACADÊMICO

Prof. João Baptista Vilhena

Coordenador acadêmico do MBA em Gestão Comercial da FGV, consultor nas áreas de vendas, liderança e Marketing. Mais de 35 anos de experiência profissional em Treinamento, Consultoria e Coaching, nas áreas de Educação/Universidade Corporativa, Gestão Estratégica, Varejo, Marketing, Negociação, Vendas & Distribuição, Planejamento/Pensamento Estratégico e Liderança.

É Coordenador acadêmico dos MBAs da FGV nas áreas: Gestão Comercial, Gestão de Varejo e Gestão Estratégica de Serviços. Doutorando em Gestão de Negócios pela FGV/Rennes (França), Mestre em Administração pela FGV e Pós-graduado em Marketing pela ESPM/RJ. Já atendeu mais de 300 empresas nacionais e multinacionais de diversos setores. Como palestrante participou de importantes eventos nacionais e internacionais, tais como ASTD (American Society for Training and Development) nos EUA em 2006, 2007 e 2010; CBTD (Congresso Brasileiro de Treinamento e Desenvolvimento) em 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011; CRIARH; ABTD; ExpoVendaMais. Autor dos livros: Manual Desenvolvimento e Implantação de uma Universidade Corporativa (Ed. ABTD); Negociação e Influência em Vendas (Ed. MVC); Certificação da Área Comercial (Ed. MVC). Co-autor de 5 livros: Marketing (Ed. FGV); Manual de T&D (Ed. Pearson); Gigantes da Venda (Ed. Landscape), Gestão de Marketing (Ed. FGV) e Gestão Social: metodologia e casos (Ed. FGV).

Colunista da Revista VendaMais há mais de 12 anos, escreve regularmente artigos e resenhas em veículos especializados, entre eles o periódico IMVC UPDATE. Apresentador de 5 vídeos de treinamento produzidos pela COMMIT; produziu dois programas de e-learning - Vendas Consultivas e Negociação Comercial.

PROGRAMA

MÓDULOS E DISCIPLINAS	HORAS AULA
Módulo: Gestão Empresarial	
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
Módulo: Fechamento	
Jogos de Negócio	24 h/a
Módulo: Ênfase	
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
Módulo: Fechamento	
Desenvolvimento de Carreira	24 h/a
TOTAL:	432 h/a

EMENTAS DAS DISCIPLINAS

Gestão de Pessoas na Sociedade do Conhecimento

Condicionantes externos e as mudanças organizacionais. Tendências da gestão organizacional contemporânea.

Negociação e Administração de Conflitos

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

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.

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.

Jogos 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.

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.

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 (*omni-channel*). *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*.

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. Autoconhecimento 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*.

PROGRAMAS INTERNACIONAIS (INTERNACIONALIZAÇÃO DO MBA)

Para complementar a formação acadêmica no exterior, todos os alunos de pós-graduação da FGV – sejam atuais ou formados – têm a opção de participarem dos programas internacionais nas instituições parceiras. Essas instituições oferecem cursos customizados exclusivamente para a FGV, com duração de 1 a 2 semanas, com aulas, palestras, visitas técnicas e outras atividades educacionais.

Embora o seu foco principal seja disseminar a cultura gerencial em suas diversas formas no Brasil, a FGV entende que a experiência internacional é um diferencial que enriquece a carreira do aluno e o conteúdo dos programas do FGV Management, ao possibilitar o intercâmbio de conhecimento entre executivos brasileiros, universidades e empresas estrangeiras, além da experiência de conhecer a vida acadêmica, executiva e cultural da cidade.

INFORMAÇÕES SOBRE LOCAL E AULAS

CENTRO DE EVENTOS TRECSSON - MARINGÁ, PR

- **Aulas:** Uma vez ao mês, sendo sexta-feira das 19h às 23h20, sábado das 8h às 17h40 (1h de almoço) e domingo das 8h às 12h20.
- **Duração:** Aproximadamente 18 meses.

INVESTIMENTO

Taxa de matrícula: R\$300,00

Opção	Modo de Pagamento	Valor das Parcelas	Valor Total
01	À Vista (Antecipado)	R\$25.700,00	R\$25.700,00
02	1+5	R\$4.495,65	R\$26.973,89
03	1+11*	R\$2.341,52	R\$28.098,28
04	1+17*	R\$1.625,14	R\$29.252,60
05	1+23*	R\$1.268,20	R\$30.436,75
06	1+29*	R\$1.055,02	R\$31.650,57

*Atualizadas a cada 12 meses pelo IGPM-FGV.

*Tabela sujeita a alterações sem aviso prévio, válida até a criação da próxima tabela substitutiva.

*Número mínimo de matrículas para formação de turma: 35 alunos.