

**MBA EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO APLICADA À GESTÃO  
ESTRATÉGICA DOS NEGÓCIOS  
TIGEN**

**432 horas-aula**

**OBJETIVO DO CURSO**

Proporcionar uma visão estratégica dos processos organizacionais e de como os diversos processos dentro das organizações afetam o resultado como um todo. As cadeiras são interligadas tendo como sustentáculo a visão da Organização, dando aos alunos uma visão gerencial que auxiliará na disponibilização das informações que serão a base das tomadas de decisão e do controle dos processos. As aulas serão ministradas com ênfase em simulações de situações ocorridas no mundo “real” das empresas dentro da sala de aula, analisados à luz dos conhecimentos adquiridos em cada módulo.

**MERCADO EMPREGADOR**

Indústrias, fornecedores de bens e serviços, operadores, organizações governamentais e não governamentais ..

**PÚBLICO-ALVO**

Profissionais de nível superior com familiaridade com Tecnologia da Informação

**METODOLOGIA DO TCC**

O trabalho é individual. Será um projeto empresarial a ser apresentado a possíveis investidores, sob a forma de um plano de negócios. Deverá ter caráter de aplicabilidade dos assuntos apresentados no curso, aplicado à realidade profissional dos alunos participantes, e ser de interesse dos componentes do grupo. O trabalho terá acompanhamento (e apoio) do professor orientador e/ou do coordenador acadêmico do curso.

**MÓDULO BÁSICO DE GESTÃO**

**Estratégia de Empresas**

Carga horária 24 horas-aula

**Objetivo da disciplina:**

Desenvolver a visão estratégica na gestão dos negócios, habilitando os alunos a implantar/utilizar um modelo de Planejamento Estratégico analisando cenários e elaborando diagnósticos organizacionais.

**Conteúdo:**

Evolução do pensamento estratégico. Definição de missão e visão. Cultura organizacional, política e diretrizes. Objetivos estratégicos e os planos de ação. Análise do ambiente externo: oportunidades, ameaças, competição na indústria e análise da concorrência. Análise do ambiente interno: recursos, capacidade e competências essenciais. Aplicação das principais ferramentas estratégicas. O Balanced Scorecard (BSC). Desenvolvimento de estratégias. Matriz BCG. Matriz McKinsey.

## **Controladoria**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina:**

Capacitar o aluno a interpretar os demonstrativos financeiros de uma organização, entendendo a finalidade e os objetivos da contabilidade, custos e orçamento, bem como a dinâmica da integração em uma empresa e sua importância para o controle gerencial.

### **Conteúdo:**

Funções e estruturação da Controladoria no processo de gestão empresarial. Análise gerencial dos demonstrativos financeiros: Balanço Financeiro; Demonstração dos Resultados; e Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos. Sistema de informações gerenciais. Visão sistêmica da empresa: Conceito e classificação dos sistemas; Integração entre processos gerenciais e os sistemas de informações. A função da Controladoria. Métodos de custeio. Métodos de controle e decisão. Orçamento de capital e de caixa. Os fluxos financeiros da empresa. Análise de custos e orçamentos. Análise da margem de contribuição.

## **Análise de Viabilidade de Projetos**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Apresentar os conceitos de avaliação de projetos de investimentos, desde os fundamentos de matemática financeira, a fim de que o aluno fique apto a desenvolver projetos de investimentos, aplicado imediatamente o que viu em sala de aula.

### **Conteúdo:**

Métodos de avaliação de investimentos. Relação fundamental e taxa de juros. Regime de juros simples. Regime de juros compostos. Séries uniformes de pagamentos. Sistemas de amortização. Métodos de análise de fluxos de caixa. Fluxo de caixa de projetos. Custo de capital próprio e de terceiros. Custo de capital da empresa e do projeto. Avaliando projetos em condições de incerteza. Avaliação de empresas. Análise de desempenho: rentabilidade sobre o capital empregado. Decisão em projetos de investimentos. Análise de custo x retorno. Valor econômico agregado (EVA). Valor residual e horizonte de projeção. Taxas de crescimento em perpetuidade. Estudos de viabilidade técnica e econômica de empreendimentos.

## **Cenários Econômicos e Tendências**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Desenvolver ferramentas básicas para análise do cenário econômico e tomada de decisões no universo empresarial. Questões econômicas normalmente são fatores determinantes da estratégia, ações e desempenho das empresas.

### **Conteúdo:**

Caracterização e análise do atual ambiente de negócios. Construção de cenários econômicos e fundamentos da análise de risco. Cenários sociológicos, tecnológicos, mercadológicos e políticos e sua relação com o contexto econômico. Microeconomia: Custo de oportunidade, o papel de incentivos, ganhos do comércio e eficiência das alocações de mercado. Integração da empresa com o mercado. Macroeconomia: Comportamento da economia, análise de preços, políticas fiscais e monetárias. Produção nacional total, renda, desemprego, balança de pagamentos e taxa de inflação.

## **Gestão de Projetos**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Apresentar conceitos essenciais para o entendimento da função do gerente de projetos, praticando os principais processos preconizados pelo PMI - Project Management Institute e permitindo que, ao final do módulo, o aluno esteja apto a gerenciar um projeto conseguindo o melhor da sua equipe.

### **Conteúdo:**

Fundamentos de gerenciamento de projetos; O corpo de conhecimentos em gerenciamento de projetos segundo o PMI - PMBOK; As certificações em gerenciamento de projetos; Elaboração de Project Charter; Criação de EAP - WBS ( work breakdown structure ); Acompanhamento de projetos através do Diagrama de Gantt; Sequenciamento de Atividades e utilização do método do caminho crítico ( CPM ); Análise, interpretação e resposta aos riscos do projeto; Desenvolvimento de cronogramas físico-financeiro e o controle do projeto; Plano de Ação; Indicadores de desempenho no projeto e o Earned Value. ( valor agregado )

## **Administração das Competências Gerenciais**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Dotar o aluno de uma visão organizacional do ponto de vista comportamental. Apresentar tópicos sobre comunicação interpessoal, liderança e seus paradoxos, tomada de decisões, administração de conflitos, recrutamento e seleção e seus reflexos na organização, criando um ambiente motivador para a equipe e, com isso, atingir os melhores resultados.

### **Conteúdo:**

O Novo Papel dos Profissionais de Recursos Humanos nas Organizações, Gestão de Recursos Humanos nas Organizações Competitivas, Resultados de RH, Capacidades e Resultados de RH, Os Profissionais de RH, Gestão de Pessoas. Práticas de liderança. Tomada de decisão. Liderança como essência da gestão e desenvolvimento de equipes. Comportamento do grupo. Comunicação interpessoal. Trabalho em equipe. Gerenciamento de conflitos. Tomada de decisão em emergências. Práticas vivenciais, jogos e simulações.

## **MÓDULO ESPECÍFICO PARA GESTÃO ESTRATÉGICA**

### **Business Plan**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Capacitar os alunos a desenvolver um Plano de Negócios, aplicando os conceitos e metodologias desenvolvidos ao longo do curso. Contribuir para que os alunos associem as várias disciplinas disponibilizadas ao longo do curso a fim de entendê-lo de forma sistêmica; Desenvolver a capacidade de trabalho em grupo.

### **Conteúdo:**

A oportunidade, Visão e Missão. Mercado - tendência e dinâmica, análise da concorrência. Empresa - ativos tangíveis, intangíveis e competências. Estratégia - proposição de valor e modelo de negócios. Plano de Ação, Plano de Investimentos, Plano Financeiro. Valuation.

## **Planejamento de Marketing**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Apresentar os conceitos de marketing, analisando as principais variáveis determinantes de um processo de planejamento de marketing. Apresentar as noções da criação de valor para o consumidor. Apresentar noções de análise do ambiente, mercado, concorrência, consumidores. Saber como determinar e comunicar os atributos diferenciadores da empresa e administrar o seu composto de marketing. Estabelecer alternativas estratégicas de competição e como estas se encaixam no Planejamento de Marketing.

### **Conteúdo:**

Noções fundamentais do marketing e seus conceitos básicos e atuais. Processo de planejamento de marketing. Criação de valor para o consumidor. Ambiente de marketing. Mercado. Concorrência. Consumidores. Segmentação, Público-Alvo e Posicionamento. Composto de marketing: definição e gerência. Noções de marketing de serviços.

Definições e conceitos fundamentais, análise das características do consumidor global. Segmentação, seleção de mercado-alvo e posicionamento. Desenvolvimento de produto e diferenciação. Preço. Praça. Promoção. Construção de relacionamento. Planejamento Estratégico de Marketing. Revisão de Matriz BCG e Modelo de Porter. Estratégias de marketing.

Estrutura de um plano de marketing. Programas de Marketing. Orçamentos do Programa. Cronograma do Programa. Padrões para desempenho. Componentes do sistema de informações de marketing. Pesquisa de Marketing.

## **Negociação**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Apresentar as principais técnicas de negociação, objetivando sua aplicação nas atividades profissionais dos participantes.

### **Conteúdo:**

Comunicação Interpessoal como componente primordial para o processo de negociação. Como melhorar a qualidade de sua comunicação nas negociações. Linguagem Corporal. Como decifrar a linguagem corporal e utilizá-la a seu favor na negociação. Assertividade. Estilos de Negociação - Como aplicar a Teoria de Estilos a sua argumentação Como negociar com pessoas de diferentes estilos. Etapas do Processo Negocial. Metodologia de Negociação da Escola de Harvard

## **Gestão Financeira**

Carga horária 24 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Familiarizar o aluno com os principais processos envolvidos na gestão financeira das organizações. Como é o dia a dia da área financeira de uma empresa.

### **Conteúdo:**

O que se espera da gestão financeira de uma empresa ? O processo de Contas a pagar e Contar a receber. O funcionamento da tesouraria da empresa. O controle do fluxo de caixa e capital de giro. Custo das fontes específicas de capital. Principais atividades da administração financeira. Riscos Empresariais. Integração entre os processos da área financeira e da área de controladoria.

## **MÓDULO ESPECÍFICO PARA GESTÃO ESTRATÉGICA EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**

### **Business Intelligence**

Carga horária 12 horas-aula

#### **Objetivo da disciplina**

Tem como objetivo permitir que os alunos desenvolvam e apliquem os conceitos de Business Intelligence, como suporte à tomada de decisão. Identificar os indicadores aplicáveis no contexto empresarial

#### **Conteúdo:**

Conceitos de Business Intelligence / Data Warehouse / Datamining / Datamart. Seleção de fontes de informações, informações primárias, informações secundárias, tratamento de dados, redes de inteligência. Indicadores para aplicação organizacional. Dashboards. Scorecards e aplicações analíticas. Infra-estrutura de business Intelligence - pessoas, processos e tecnologias. Boas práticas em BI.

### **Tópicos avançados em Tecnologia da Informação**

Carga horária 12 horas-aula

#### **Objetivo da disciplina**

Acompanhar o desempenho do aluno durante o curso, especificamente no desenvolvimento dos trabalhos de conclusão de curso e também servir como elo entre a teoria apresentada e os cases de sucesso no mercado.

#### **Conteúdo:**

O mercado de TI. Os principais atores no mercado de TI. O que as empresas estão utilizando em TI. Palestras com profissionais do ramo de TI em cargos executivos objetivando apresentar as novas tendências em TI e como está a sua aceitação no mercado de trabalho. Seções com acompanhamento do desenvolvimento dos trabalhos de conclusão de curso. Apresentação de casos de sucesso contemporâneos.

### **E-Business**

Carga horária 12 horas-aula

#### **Objetivo da disciplina**

Oferecer uma visão sistemática dos diferentes aspectos envolvidos no e-Business desde o seu planejamento a sua viabilização como um novo negócio, ou um novo veículo dentro de uma empresa já estabelecida

#### **Conteúdo:**

Tecnologia da Informação e perspectivas futuras. Conceitos de E-Business. Mercados B2C; Mercados B2B; Outros Mercados; Modelos de Mercados Digitais. Marketplace; Portal; ASP. Diferenciação dos Produtos em E-Business. Estratégias no E-Business. Relação entre E-Business e Marketing

### **Gestão da Informação Corporativa**

Carga horária 24 horas-aula

#### **Objetivo da disciplina**

Analisar o paradoxo da alta dependência da informação versus a alta vulnerabilidade na transferência e manuseio destas informações, conhecendo as fases da informação e importância no contexto de SI. Apresentar as principais tecnologias e processos utilizados em SI. Analisar as principais normas e processos relacionados a SI especialmente a Política de SI e apresentar alternativas de estratégias organizacionais de SI. A governança corporativa de TI.

**Conteúdo:**

Necessidade da alta disponibilização da informação. A informação e suas caracterizações de segurança. Liberdade e Crime na internet. Princípios da gestão da SI. Processos de gestão integrada (GRC): Compliance, Gestão de Riscos e Governança Corporativa. Tecnologias de SI. ( Criptografia, Firewall, IDS, Senhas, VPN, Certificação Digital, Análises de Vulnerabilidades, Biometria ). Estratégia de SI para o negócio. Aplicação de caso de gestão da SI. COBIT e a Governança em TI. O cubo da governança em TI ( Processos de TI x Critérios de Qualidade x Recursos em TI )

**Consultoria em TI**

Carga horária 12 horas-aula

**Objetivo da disciplina**

Proporcionar a reflexão quanto ao papel desempenhado pela consultoria em TI, fornecendo subsídios teóricos e práticos para o exercício da atividade.

Disponibilizar ferramentas para que a função de consultoria possa ser desempenhada com efetividade na parceria consultor-cliente, evidenciando situações críticas na atuação do consultor

Apresentar os requisitos para ser um consultor ético e respeitado, com as habilidades necessárias a nível pessoal, interpessoal, grupal e organizacional

**Conteúdo:**

A atividade de consultoria em TI. Distinções entre consultoria externa e interna.

Características e habilidades do consultor. Fases do processo de consultoria.

Construção da relação consultor-cliente. Lidando com as resistências.

Planejamento, implementação e acompanhamento de projetos de consultoria. Modelos de diagnóstico. Instrumentos e ferramentas de consultoria. Construção de relatórios.

Consultoria interna de TI.

**Governança corporativa**

Carga horária 24 horas-aula

**Objetivo da disciplina**

O objetivo da disciplina é apresentar, sob o prisma da Governança Corporativa, o conjunto de processos, costumes, políticas, leis, regulamentos e instituições que regulam a maneira como uma empresa é dirigida, administrada ou controlada.

**Conteúdo:**

- Parte 1: Histórico de catástrofes financeiras; Modelos de governança corporativa:

Outsider System e Insider System; Lei Sarbanes-Oxley; Avaliação de riscos ao adorar a SOx; O controle do desempenho operacional. Controle nas organizações e a Governança Corporativa; Relação com Stakeholders; A responsabilidade corporativa; Avaliação dos controles internos e análise de processos organizacionais.

- Parte 2: Ética e os valores humanos. Ética utilitarista e a ética idealística. O existencialismo. A ética e a sua influência no modelo de gestão. Principais conflitos éticos. Cidadão, cliente e consumidor. O usuário sob a análise ética. A ética e a auto-realização no trabalho.

## **Negócios em TI**

Carga horária 12 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Compreender os processos de desenvolvimento e de gestão de produtos de tecnologia da informação, apresentando metodologias para pesquisa e desenvolvimento de novos produtos analisando sucessos e fracassos de produtos em TI.

### **Conteúdo:**

Classificação dos produtos e serviços em TI. Decisões sobre linhas de produtos. Desenvolvimento estratégico de novos produtos. Identificação dos requisitos dos clientes e conversão em atributo de produto. Análise comparativa de atributos em relação à concorrência. Design de produto. Ciclo de vida de produto. Avaliação de Portfólio. Estratégia de lançamento de produtos no mercado. Comportamento do Consumidor. A Gestão do Relacionamento com o Clientes - CRM. Técnicas de Descoberta do Conhecimento em Bases de Dados. Atributos de Valor dos Clientes e Modelo Equilibrado de Métricas em TI. Classificação de Valores de Mercado. Motivação do Consumidor – Necessidades – Interesses e Desejos de Consumir. A gestão de marcas: Você S.A. O perfil empreendedor.

## **Gestão do Conhecimento e Inovação**

Carga horária 12 horas-aula

### **Objetivo da disciplina**

Conhecer os fundamentos da Gestão do Conhecimento e sua ação para a melhoria do desempenho organizacional. Apresentar estratégias para a criação e compartilhamento de conhecimento.

### **Conteúdo:**

Formas de transferência do conhecimento. Práticas de gestão do conhecimento (coach, tutoria, mentoring, storyteller, brainwriting, redes sociais, rodízio técnico, comunidades virtuais, e-learning, etc.), Curva de valor. Formas de inovação.

## **FGV Management Business Simulation**

Carga horária 72 horas-aula

### **Conteúdo:**

A simulação de negócios apresentada no FGV Mgm BS é complexa, uma vez que envolve o participante em uma série de situações encontradas no mundo executivo de empresas de grande porte. Como diretor de uma empresa montadora de automóveis, o participante terá de tomar decisões em áreas que abrangem produção, finanças, marketing, recursos humanos, entre outras. O processo decisório não é individual - mas sim de grupo. O consenso terá de ser procurado a todo o momento. Decisões da equipe se confrontarão com as das demais equipes concorrentes. Definições quanto a preços, mercados, logística, investimentos em propaganda, pesquisa e desenvolvimento, capacidade fabril, participação dos empregados nos lucros, entre tantas outras decisões da equipe podem fazer daquela empresa um sucesso ou um fracasso. As equipes se comunicam com a administração do FGV Mgm BS sempre pela internet. Serão simulados cerca de três anos e meio de atividade, divididos em períodos equivalentes a trimestres. Os quatro primeiros trimestres simulados servem para testes das equipes e não influenciam o resultado final da disciplina.