



CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU ESPECIALIZAÇÃO MBA em Gestão Estratégica de Serviços

Coordenador acadêmico:
Professor Agliberto Alves Cierco

OBJETIVOS:

- Familiarizar os participantes com os conceitos e técnicas modernas da Gestão Estratégica de Empresas de Serviços através da identificação das melhores práticas gerenciais adotadas por empresas de sucesso;
- Desenvolver nos participantes a habilidade de pensar e agir estrategicamente, voltada para a obtenção de resultados;
- Promover a troca contínua de experiências de profissionais de renome e os participantes do curso, desenvolvendo habilidades interpessoais notadamente a capacidade de trabalhar em equipe;
- Oferecer aos participantes conhecimentos que possam ser aplicados no seu dia-a-dia profissional e que contribuam para alavancar a sua carreira ou a desenvolver o seu próprio negócio.

PÚBLICO ALVO:

Este curso destina-se a profissionais graduados nas mais diversas áreas de atuação que necessitam adquirir ou aprofundar conhecimento das técnicas de Gestão Estratégica de Empresas de Serviços para assumir posições de comando em suas empresas.

METODOLOGIA DO TCC

Ao término do MBA o aluno desenvolverá individualmente o Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, que será realizado em datas e horários não coincidentes com as aulas.

Será atribuída nota ao TCC, sendo 7 (sete) o grau mínimo para aprovação.

CARGA HORÁRIA TOTAL: 432 horas aula

Parte Comum

1) Administração Estratégica de Serviços

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

O que é Estratégia e Administração Estratégica? Oportunidades e Ameaças no Ambiente Externo: Macroambiente e Ambiente Setorial: Ambiente Interno: recursos, missão e objetivos empresariais.

Formulação de Estratégias Empresariais: estratégia de crescimento (interno, integração e diversificação horizontal e vertical; fusões; alianças estratégicas); estratégias de estabilidade e estratégias de redução (turnaround; desinvestimento e liquidação); Estratégias no Âmbito das Unidades de Negócios; Administração do portfólio empresarial.

Estratégias genéricas de competição; Posicionamento estratégico a partir da cadeia de valores (Porter) e do modelo das 4 ações (Kim & Mauborgne); Estratégias no âmbito Funcional.

Implantação de Estratégias: Mapas Estratégicos – O Balanced Scorecard; Controle Estratégico e Desempenho

2) Finanças para Gestores de Serviços

Carga horária: 24 Horas-aula

Ementa:

O que é finanças e seus objetivos; Tipos de ativos financeiros; A importância dos ativos intangíveis em serviços; Conceito de custo de capital; Cálculo do custo de capital da empresa de serviços; Conceito de custo não monetário; Análise de projetos de serviços: conceito de benefícios indiretos; Regras de modelagem para fluxos de caixa considerando benefícios indiretos e ativos intangíveis; Conceitos de VPL e TIR; Utilização do conceito de lucro econômico em serviços e valor econômico adicionado.

3) Fundamentos da Gestão de Serviços

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

A lógica do desenvolvimento econômico e da sociedade pós-industrial; a importância do setor de Serviços na economia mundial e brasileira; caracterização do setor e seus segmentos (B2B e B2C); novas tendências no mercado de serviços e o fim do emprego (empreendedorismo, franquias, profissionais liberais, e-commerce, hibridização, *home-office* etc); as características diferenciadoras de Serviços e os desafios que representam para empresas e profissionais; os respectivos fluxos de marketing de Produtos e Serviços; o composto de marketing em Serviços; o Modelo dos Hiatos; a customização em massa; a importância do fator humano (prestador e cliente); o impacto da revolução tecnológica e da mídia digital no setor.

4) Gestão de Custos e Formação de Preços de Serviços

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

O ambiente de negócios; Comportamento de compra do consumidor; Influência do macro ambiente; Análise da concorrência; Estratégia competitiva e objetivos empresariais; A importância dos custos na formação do preço dos serviços; Principais classificações dos custos e despesas; Margem de contribuição; Sistemas de custeio; Impacto dos custos financeiro e tributário sobre o preço; Métodos de definição de preços; Lucratividade. Valor percebido pelo cliente; Métodos de estabelecimento de preços: Markup, análise da concorrência, valor percebido; Políticas e administração de preços; Políticas de preços para novos serviços.

5) Gestão de Operações de Serviços

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

Aspectos Fundamentais das Operações de Serviços. Características Diferenciadoras de Serviços; Produção como um Sistema; Estratégia de Operações de Serviços; Padrões e Fatores Determinantes da Demanda; Previsões de Longo/Curto Prazos; Componentes de Serviços: serviços essenciais e serviços suplementares; Processo de Planejamento; Planejamento e Controle da Produção de serviços.; Produtividade de Serviços; Integração das Estratégias de Qualidade e de Produtividade de Serviços; a melhoria contínua e o ciclo PDCA; LEAN seis sigma para serviços: ciclo DMAIC, ciclo DMEDI.

6) Gestão de Pessoas e Marketing Interno

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

Contextualização na Gestão de Pessoas. Gestão do Conhecimento. Gestão de Competências. Gerenciamento de Talentos. Gestão por Empowerment - origem, conceito e implementação. O conceito de "cliente interno"; programas de atração, seleção e integração de funcionários; comunicação interna; disseminação e internalização da cultura corporativa; gestão do ambiente físico e do clima organizacional; programas de avaliação e recompensa.

7) Gestão de Vendas de Serviços

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

Vendas na estratégia de marketing; Pressupostos básicos da política comercial; O processo da venda de serviços; Relacionamento baseado em valor; Administração de vendas; Sistemas de informação de vendas; Automação da força de vendas; Estrutura e funções de vendas - uma visão estratégica; A busca do melhor mix entre clientes, produtos e territórios; Onde ocorrem as vendas: o campo de trabalho; Relacionamento comercial; Fatores críticos de sucesso.

8) Gestão Integrada da Comunicação de Marketing em Serviços

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

A Tangibilização em serviços – administrando as percepções do cliente através das categorias de tangíveis Pessoas, Preço, Ambiente Físico e Comunicação; a escolha e gestão das ferramentas de comunicação (propaganda, promoções, relações públicas, merchandising, trade marketing e mídia digital); consumerologia; o mundo digital – Internet, “prossumidores”, web 2.0, blogs, podcasts, SMS – com seus desafios e oportunidades; o marketing viral, o marketing de guerrilha e o marketing de permissão; casos de campanhas em mídia tradicional e digital.

9) Marketing de Relacionamento – CRM/DBM/Call Center

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

O processo evolutivo do novo paradigma relacional; As limitações do Marketing transacional; A evolução do mercado (tecnologia, preferências, hábitos); O surgimento das ações de relacionamento mais estruturadas; O paradigma transacional: do surgimento do Marketing direto até o CRM; A empresa orientada ao mercado; A importância da longevidade; O LTV, a evolução do CRM, o mercado de CRM, CRM analítico, operacional e colaborativo, Estratégias para o CRM, CRM implantação, as fases para implantação, como começar um projeto, os maiores erros na implantação, os módulos de CRM e cases. *Call Center* – estratégia, as fases do *call center*, os serviços do *call center*, o *contact center*, tecnologia e processos, a URA, cases, *call center* – implantação, nível de serviço, treinamento, infra-estrutura, dimensionamento, o projeto, *telemarketing*, origens, aplicações, vantagens, o futuro do *telemarketing*.

10) Sustentabilidade e Governança Corporativa

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

Novo contexto da Comunicação (globalização, instantaneidade, cidadania digital, batalhas culturais, inclusão digital, 3o. setor, etc.); Conceito e dinâmica da Comunicação Corporativa; Brand Equity; Branding Sensorial; Conceito de Stakeholders; Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social (indicadores, certificações como SA 8000, balanço social, rankings nacionais como "Melhores Empresas p/ trabalhar") Gestão Ambiental (certificações como ISO 14000) mercado financeiro "verde" - commodities ambientais; Indicadores de Sustentabilidade no Brasil e Exterior: ISE, ESI, Pegada Ecológica, PSI, Legislação Berço ao Túmulo/ACV, créditos de carbono; Governança Corporativa (SOX, Cadbury, Governança de TI); Assessoria de Imprensa e Gestão de Crises; Ética na comunicação.

Parte Complementar

(x) Comunicação Interpessoal e Apresentações Empresariais

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

Cérebro e suas diferentes inteligências; Posições perceptivas e comunicação; Processos da comunicação humana; Comunicação Interpessoal na vida corporativa e pessoal; Identificando mapas e filtros (Introdução a Programação Neurolingüística); Estudo das variáveis psicológicas que envolvem o medo de falar em público e comunicação em seu sentido mais amplo; Análise dos tipos de manifestações em público: reuniões, pequenas apresentações internas, apresentações externas, palestras e comícios; Diferenças e características técnicas; Estudo prático de técnicas aplicadas a apresentações baseados na oratória e neurolinguística; Visual (aparência); Como encantar a audiência (os momentos mágicos); Cuidados postura em geral; Movimentação no ambiente; Utilização da voz e eloqüência; Utilização de recursos multimídia e confecção de imagens: Como confeccionar gráficos e tabelas; Contrastes e fontes para um melhor raciocínio visual; Briefing – a vantagem competitiva o que realmente importa saber; Recursos X Tempo de apresentação X Conteúdo (como montar apresentações com objetividade); Como montar roteiros; Como administrar contingências; Prática de apresentações.

(x) Empreendedorismo

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

Empreendedor, quem é? Características do empreendedor; Empreendedor x Intra-empresendedor; As oportunidades de negócios, e suas fontes; Avaliação das oportunidades; Como o empreendedor aprende; Conteúdo e habilidades do empreendedor; Erros a evitar; O Visionário e o empreendedor: O processo para a elaboração do empreendimento, Os patrocinadores, Os seguidores; Os recursos estruturais de uma empresa: Recursos financeiros; Tecnologia: Comprar x desenvolver; Recursos Humanos: Como Atrai-los e como mantê-los motivados; O Desenvolvedor de Negócios; Participação, alianças, compra e venda de empresas; Como identificar e mitigar os principais riscos dos negócios.

(x) Ética e Valores Humanos

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

Considerações sobre o ser humano; O valor e a sua relação com a ética; Ética, moral e lei; Valores Essenciais; As dimensões do ser humano e a condição para a dignidade humana; A administração, sua história, seu foco; Modelo de gestão; Os sistemas e a administração; Proposta de um sistema de gestão com base nos valores humanos.

(x) Gestão de Projetos de Serviços

Carga Horária: 24 Horas-aula

Fundamentos de gerenciamento de projetos; fundamentos de gerenciamento de projetos; o corpo de conhecimentos em gerenciamento de projetos - PMBOK; a certificação PMP; elaboração de project charter; criação de 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).

(x) Negociação Comercial

Carga Horária: 24 Horas-aula

Ementa:

Negociação organizacional. Negociação Interpessoal. O negociador global. Inteligência Intercultural. Estratégias Vencedoras em Negociações. O Projeto de Negociação de Harvard. Abordagens integrativa e distributiva. Questões de poder. Estilos de comunicação e negociação. Lidando com conflitos e oposição. O processo de negociação. Estratégias e táticas. O gerente enquanto um negociador. Negociação em rede e equipes. Ética em negociações. O negociador de sucesso. Os erros mais comuns no processo decisório. Diretrizes e dicas para uma negociação de sucesso.

Disciplinas ON-Line

(x) Direito Societário

Carga Horária: 36 Horas-aula

Ementa:

Ato de empresa: empresa, empresário, estabelecimento empresarial. Sociedades: classificação das sociedades, desconsideração da personalidade jurídica, modelos societários, sociedade simples. Sociedade limitada: constituição, capital social, cotas. Administração da sociedade limitada: equilíbrio interno de poder, entrada e saída de sócios, conselho fiscal.

(x) Pesquisa de Mercado

Carga Horária: 36 Horas-aula

Ementa:

Introdução aos sistemas de informação: conceitos básicos, aspectos gerais da pesquisa de mercado. Pesquisa quantitativa: etapas iniciais, coleta de dados, etapas finais, pesquisa *on-line*. Pesquisa qualitativa: preparação da pesquisa, desenvolvimento da pesquisa, pesquisa *on-line*.

Anexo I

Relação de Professores do Curso

Nome da disciplina	Nome dos professores que podem vir a lecionar na disciplina	Titulação
Comunicação Interpessoal e Apresentações Empresariais	Eunice Delamonica Ivanildo de Macedo	Mestre Mestre
Gestão de Pessoas e Marketing Interno	Maria Teresa Coutinho Paulete Melo	Doutor Mestre
Ética e Valores Humanos	Antonio Raimundo dos Santos Eduardo Farah	Doutor Doutor
Negociação Comercial	Carlos José Correia Reinaldo Faissal	Mestre Mestre
Sustentabilidade e Governança Corporativa	Luiz Fernando da Silva Pinto Joaquim Rubens Fontes Filho	Especialista Doutor
Empreendedorismo	Alivineo Almeida Daniel Plá Homedes	Doutor Mestre
Gestão de Custos e Formação de Preços de Serviços	Raimundo Nonato Helio Azevedo	Mestre Mestre
Finanças para Gestores de Serviços	Marcelo Sili Reis Luiz Alfredo Gaspar	Doutor Doutor
Fundamentos da Gestão de Serviços	José Nogueira Antonio Alexandre da Silva	Mestre Mestre
Administração Estratégica de Serviços	Ailton Faria Clen Marcelo Almeida Magalhães	Doutor Mestre
Gestão de Projetos em Serviços	Agliberto Alves Cierco André Monat	Mestre Doutor
Gestão de Operações de Serviços	Carlos José Correia Fernando Correia	Doutor Doutor
Gestão de Vendas de Serviços	Fernando Marchesini Antonio Mauro Bicalho	Mestre Mestre
Gestão Integrada da Comunicação de Marketing em Serviços	Vera Waissman Aldo Pires	Mestre Mestre
Marketing de Relacionamento – CRM/DBM	Marcelo Smarrito Roberto Madruga	Mestre Mestre