

# PÓS-GRADUAÇÃO

## ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

### INSCRIÇÕES ABERTAS

**Carga horária:** 460 horas

\*As informações podem sofrer alterações sem aviso prévio.

# OBJETIVO DO CURSO

Proporcionar aos participantes referências e instrumentos que permitam uma visão inovadora e estratégica dos processos, oferecendo subsídios na tomada de decisões, com base em uma análise crítica da realidade empresarial.

# MATRIZ CURRICULAR

## MÓDULO - **INTRODUÇÃO E CASOS INTEGRATIVOS** (24 HORAS)

**Objetivo:** O objetivo deste módulo é proporcionar ao participante instrumentos para melhor aproveitamento do curso e suas disciplinas, e ao final desenvolver as seguintes competências: conhecimento abrangente das técnicas administrativas; visão estratégica da organização; capacidade de tomada de decisão enfrentando problemas complexos; e competência no relacionamento interpessoal.

**Ementa:** Apresentar aos alunos conceitos de administração estratégica. Fazer uma reflexão sobre as competências de cada aluno (self development) e, posteriormente, realizar um encontro individual e personalizado, através de sessão de “coaching” para acompanhamento desse processo de desenvolvimento individual. Considerando que o processo de estratégia é complexo e deve integrar diversas perspectivas, há necessidade de um encontro para discutir com base em um caso as disciplinas de cada módulo. Essa integração é cobrada nas avaliações de cada módulo em uma prova individual, onde o aluno deverá responder questões de um caso de gestão. A função da prova é avaliar a capacidade do participante em aplicar os conceitos em um caso real e a interação entre as disciplinas; não é função da prova verificar a retenção de conceitos, pois é permitida a consulta aos materiais do curso. A avaliação contribui com a formação do gerente que precisa compreender uma situação complexa, propor uma solução e justificar sua decisão.

### **Disciplinas:**

- Administração Estratégica
- Self Development
- Casos de negócio

## MÓDULO - **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO** (80 HORAS)

**Objetivo:** O módulo busca ensinar como as organizações tomam decisões estratégicas, possibilitando ao participante apoiar/liderar o processo de planejamento da organização em que atua, além de desenvolver a habilidade de pensar estrategicamente.

**Ementa:** Apresentar aos alunos de uma forma prática como desenvolver a estratégias das organizações realizando uma aplicação de planejamento estratégico e sua gestão por sistema de indicadores (BSC ou OKR). Abordar a questão da concorrência e competição, partindo das questões conceituais da microeconomia, para sua aplicação na estratégia de posicionamento. Complementar a visão de estratégia como competição ao abordar a importância das competências (RBV), internacionalização

e gestão do portfólio de unidades de negócio (estratégia corporativa). Aplicar o planejamento estratégico pessoal para o desenvolvimento do pensamento estratégico e aprimoramento pessoal.

**Disciplinas:**

- Aplicação de Planejamento Estratégico
- Posicionamento estratégico
- Estratégia corporativa
- Balanced Scorecard e OKR - objectives and key results
- Internacionalização
- Microeconomia
- Estratégia Corporativa
- Planejamento Estratégico Pessoal

**MÓDULO - MARKETING E O AMBIENTE ORGANIZACIONAL (88 HORAS)**

**Objetivo:** Demonstrar a necessidade da organização estar adequada ao seu ambiente, ou seja, atender os clientes considerando o interesse dos demais públicos envolvidos. A sobrevivência das organizações está relacionada a sua capacidade de se reinventar para estar adequada ao ambiente no futuro. Esse módulo busca desenvolver a capacidade de compreensão do ambiente organizacional e organizar essas informações para apoiar as decisões estratégicas.

**Ementa:** Ao final do módulo o participante será capaz de: (a) Utilizar ferramentas e técnicas para adequar os produtos e serviços da organização às necessidades e preferências dos clientes (marketing). (b) Compreender e avaliar as alterações da economia e seu impacto na estratégia organizacional. (c) Compreender e aplicar ferramentas de análise de futuro (cenários). (d) Identificar os diversos públicos interessados (stakeholders) e como a empresa deve atendê-los. Considerando que as disciplinas abordadas buscam instrumentalizar a decisão estratégica racional, baseada em informações, há necessidade de compreender como aspectos cognitivos e emocionais agem no processo decisório (neurociência), para que o participante do curso possa compreender o processo de decisões das outras pessoas e aprimorar o seu processo decisório.

**Disciplinas:**

- Marketing
- Lançamento de Produtos
- Macroeconomia
- Cenários e Previsões
- Responsabilidade Social e Sustentabilidade
- Decisão Estratégica

## MÓDULO - **FINANÇAS E ANÁLISE DE INVESTIMENTOS** (88 HORAS)

**Objetivo:** O módulo busca proporcionar ao participante a capacidade de avaliar e discutir as estratégias e decisões organizacionais por meio de informações e demonstrativos financeiros, considerando a questão do valor do dinheiro ao longo do tempo.

**Ementa:** Ao final do módulo o participante será capaz de: (a) Resolver problemas de considerando o valor do dinheiro no tempo (juros simples e composto). (b) Compreender como são elaborados os demonstrativos contábeis. (c) Analisar os demonstrativos contábeis. (d) Compreender a contabilização e custos e a elaboração do orçamento empresarial (e) Analisar estratégias de alocação de recursos e seus impactos nos demonstrativos contábeis. (f) Avaliar investimentos da empresa (taxa interna de retorno e valor presente líquido). (g) Compreender métodos para estimar o valor da empresa (valuation). A aplicação destes conceitos será feita em um jogo de empresas, onde os participantes tomarão decisões em grupos baseados nos demonstrativos de empresas virtuais. Para reforçar a ideia de que o cálculo financeiro dá suporte, mas não substitui a decisão estratégica há uma disciplina de negociação neste módulo. Considerando que as estratégias são decisões complexas tomadas em grupo e que as discussões utilizam a linguagem financeira, é fundamental a compreensão das ferramentas financeiras para que o participante do curso possa integrar as negociações estratégicas da organização que ele participa.

### **Disciplinas:**

- Contabilidade e Análise de Demonstrativos Financeiros
- Orçamento
- Matemática financeira
- Análise de investimentos e Valuation
- Business game
- Negociação

## MÓDULO - **EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA - INOVAÇÃO, GESTÃO DE PESSOAS E DE PROJETOS** (80 HORAS)

**Objetivo:** Parte considerável das pesquisas e textos em administração estratégica se desenvolvem em torno de temas sobre elaboração e planejamento da estratégia. Porém, a estratégia planejada precisa ser realizada e isso se dá por meio dos colaboradores que estão em uma estrutura organizacional. Como a estratégia exige uma mudança nos processos, é necessário que a organização desenvolva projetos para implementar as mudanças planejadas. Considerando que a estratégia é a adaptação da empresa ao futuro, a execução da estratégia exige que os colaboradores estejam abertos à inovação. O objetivo deste módulo é apresentar as questões e técnicas de gestão de pessoas, liderança, projetos e inovação, de forma que o participante do curso possa desenvolver um comportamento empreendedor e apoiar a transformação do plano estratégico em ações na organização em que atua.

**Ementa:** Apresentar aos alunos as funções da gestão de pessoas. Apresentar os conceitos de liderança e debater as dificuldades de aplicá-los na prática. Desenvolver

técnicas para conduzir reuniões. Compreender e poder lidar melhor com os diferentes perfis psicológicos. Compreender as estruturas organizacionais e como elas interagem com a estratégia. Aprender as ferramentas de gestão de projetos tradicionais e ágeis, além de compreender a gestão de programas para a implementação da estratégia. Entender de forma a poder colaborar e desenvolver os diferentes processos de inovação nas organizações (inovações technology-push, demand-pull, inovação aberta, start-up e spin-off) e desenvolver um comportamento empreendedor. Saber aplicar ferramentas de apoio à inovação, destacando o Design Thinking e BMG (Business Model Generation). Compreender o processo da formulação e implementação de estratégia considerando a necessidade de haver uma governança corporativa.

**Disciplinas:**

- Gestão de Pessoas e Liderança
- Condução de reuniões
- Perfil Psicológico
- Estrutura Organizacional
- Gestão de Projetos e Programas
- Inovação e empreendedorismo
- Design Thinking e Canvas (Business Model Generation)
- Governança Corporativa
- Execução da Estratégia

TCC - **TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO** (100 HORAS)



@businessschool.fia



faculdadeFIA



/company/FIA



FIABusinessSchool



fia.com.br/blog

---

### **UNIDADE NAÇÕES UNIDAS**

Avenida Doutora Ruth Cardoso, 7.221 - CEP 05425-070 - Pinheiros - São Paulo/SP

**Informações:** Tel: (11) 3732-3535 / (11) 3732-3506 | fia.com.br