

PÓS-GRADUAÇÃO

ECONOMIA COMPORTAMENTAL E TOMADA DE DECISÃO

INSCRIÇÕES ABERTAS

Carga horária: 360 horas

Duração do curso: 12 meses

*As informações podem sofrer alterações sem aviso prévio.

FIA - FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO

A FIA é uma das principais escolas de educação executiva do Brasil e do mundo, conforme diversos rankings. Este resultado é fruto de muita dedicação ao desenvolvimento de projetos em administração por mais 30 anos e confere em alto grau de excelência nas três áreas de atividade da Fundação: Educação, Consultoria e Pesquisa.

CONHEÇA A FIA

A FIA, criada em 1980 por professores do Departamento de Administração da USP, congrega um seleto grupo de coordenadores que atuam em programas institucionais e desenvolvem projetos de pesquisa, consultoria e educação, em todas as áreas da Administração.

Referência entre as escolas de negócios, a FIA conta um corpo docente altamente qualificado, desenvolvendo projetos de pesquisa, consultoria e educação em todas as áreas da administração de empresas. Desde 1993, quando lançou seu primeiro MBA, a FIA (Fundação Instituto de Administração) formou mais de 17.000 alunos, que hoje ocupam posições de destaque em importantes empresas.

PRÊMIOS

“Global Business Education Awards” pela European CEO:

Importante título concedido à Fundação de “Escola mais inovadora da América do Sul”, uma publicação comandada por um time editorial composto por jornalistas e correspondentes dos veículos mais influentes do mundo.



SOBRE A PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA COMPORTAMENTAL E TOMADA DE DECISÃO

Estudos mostram de maneira cada vez mais clara que não somos tão racionais como pensamos ou gostaríamos de ser. Daniel Kahneman e Amos Tversky (Prêmios Nobel de Economia em 2002), dois pioneiros no campo de estudo de Economia Comportamental, mostraram que somos extremamente influenciados por vieses de pensamento e distorções cognitivas. Mesmo os mais experientes e inteligentes são vulneráveis aos processos cognitivos que acontecem automaticamente, sem que se deem conta.

Ficou ainda mais claro o quanto este tema é relevante quando, em 2017, outro acadêmico no campo de Economia Comportamental, Richard Thaler, foi premiado com o Nobel de Economia. Outros temas de fronteira como a Teoria da Complexidade, Inteligência Sistêmica, a Nova Ciência das Redes, Agilidade Comportamental e Neurociência trazem um conjunto de conhecimentos chave para o século XXI. Estes assuntos são

explorados na Pós-Graduação em Economia Comportamental.

A Economia Comportamental se afasta da Economia tradicional. “ (...) ambas estão interessadas nas mesmas perguntas e tópicos. As escolhas que as pessoas fazem, os efeitos sobre os incentivos, o papel da informação etc. No entanto, ao contrário da economia tradicional, a economia comportamental não assume que as pessoas sejam racionais.

Em vez disso, os economistas comportamentais começam por descobrir como as pessoas realmente se comportam, muitas vezes em um ambiente de laboratório controlado em que podemos entender o comportamento melhor e usar isso como ponto de partida para construir nossa compreensão da natureza humana.” Dan Ariely.

E o que isto tem a ver com você? Tudo. Esta Pós-Graduação lhe permitirá compreender como as decisões ocorrem nas organizações, aprender técnicas que auxiliam nos processos decisórios e na relação interpessoal, ajudando você e terceiros a fazerem escolhas mais adequadas. Aprenderá também técnicas de influência, técnicas de negociação e como melhor entender, conduzir ou influenciar decisões que envolvem poucas ou muitas pessoas. Você aprenderá sobre a intuição e o lado inconsciente dos processos decisórios, que podem ajudar, mas também atrapalhar nos resultados a serem obtidos. Este entendimento irá ajudá-lo profissional e pessoalmente.

Irá entender que comportamentos são, em muitos casos, mais determinantes nas decisões organizacionais do que análises quantitativas e planilhas de cálculo. Verá que muitos dos nossos comportamentos se originam no inconsciente e que nossas decisões não são baseadas em análises racionais. Irá ver a influência de comportamentos inconscientes, seus e de terceiros no processo de decisão. Irá em consequência, melhor se comunicar com terceiros entendendo o que os motiva a tomar determinadas direções e ações.

A Pós-Graduação em Economia Comportamental foi criada para melhorar as suas capacitações no processo decisório e no processo de interação com as pessoas em uma organização, entendendo melhor como e porque elas agem de modo que frequentemente parece irracional. Você irá entender que existe previsibilidade nessa irracionalidade e aprender como usá-la a seu favor.

Economia Comportamental e Agilidade Relacional



Pontos que fazem esta pós-graduação ser única no Brasil:

- É a primeira pós-graduação presencial sobre o tema;
- Enfoque altamente aplicado;
- Equilíbrio entre conhecimento e aplicação;
- Dinâmicas e modelos de aula inovadores;
- Temas de fronteira;
- Corpo docente experiente e profundo conhecedor dos tópicos apresentados;
- Infraestrutura, reputação e networking da FIA.

OBJETIVO

Capacitar o participante a melhor entender comportamentos, a melhor negociar, a influenciar pessoas e organizações. Sendo aplicável a atividades envolvendo relações interpessoais, o curso busca ensinar técnicas que permitam ao participante aumentar a eficácia de comunicação, de negociação, a ter comportamentos mais adaptados às diferentes situações interpessoais encontradas nas atividades do meio organizacional, empresarial e social.

Aumentar a capacidade do participante em situações de avaliação de investimentos e alocação de recursos em projetos, de vendas, de negociação, entre outras, entendendo os processos inconscientes e vieses que influenciam a decisão. Visa ajudar o participante a melhor controlar influências psicológicas, emocionais conscientes e inconscientes, produzidas pelo indivíduo ou por terceiros e que afetam o resultado de sua atividade.

DIFERENCIAL

O curso é voltado para o aprendizado prático de técnicas de influência, negociação, motivação e compreensão do comportamento humano. Aborda os tópicos mais atuais em Economia Comportamental e Neurociências.

Destina-se a auxiliar profissionais nos seus relacionamentos, comunicação interpessoal. É um curso que foca tanto na compreensão do modo como agimos frente situações de decisão quanto na capacidade de implementar mudanças.

PÚBLICO-ALVO

Voltado para profissionais em diferentes áreas como marketing, vendas, finanças, compras, recursos humanos, profissionais de gestão de projetos e estratégia, que estejam especialmente preocupados com relações, influência e comportamentos, seus e de terceiros, em diferentes atividades organizacionais e de mercado.

METODOLOGIA

O curso integra conceitos, casos e atividades práticas, técnicas de role playing buscando levar o participante a experimentar diversas técnicas da área comportamental. É também exigido um trabalho individual de conclusão de curso, com o objetivo de aprofundar um dos temas escolhidos pelo participante.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

Serão aprovados no curso e terão direito ao certificado de conclusão os alunos que tiverem obtido frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas-aula do curso e obtiverem nota igual ou superior a 7,0 em todas as disciplinas, além de aprovação no trabalho de conclusão de curso.

PROGRAMA DA PÓS

MÓDULO 1: INTRODUÇÃO À ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Módulo dividido em 2 disciplinas, Economia Comportamental e Escolhas que apresentam, através de muitos casos, exercícios e trabalhos em grupo, os principais conceitos de Economia Comportamental (tendo como base Daniel Kahneman e o Amos Tversky e suas ideias sobre nosso comportamento automático e inconsciente). Mostra como vieses cognitivos determinam nossas decisões e comportamentos. Os participantes descobrirão a existência de dois modos de pensar. Um dos modos, o automático e inconsciente, é responsável pela maior parte de nossas decisões e comportamentos.

MÓDULO 2: INTUIÇÃO, INCONSCIENTE E PROCESSO DECISÓRIO

Três temas serão tratados neste módulo: 1. Intuição e Inconsciente e como estes nos ajudam ou atrapalham. São explorados os mecanismos armazenados no inconsciente e que fazem com que tenhamos reações inesperadas. Você irá ver que mesmo o tom de voz de um vendedor, influencia sua decisão de compra. Se a voz dele é mais grave ou mais aguda pode fazê-lo mudar de ideia quanto a comprar o produto. E você pensa no entanto que o interesse no produto foi o que o convenceu comprá-lo! 2. O tema Motivação e Autoestima, trará uma abordagem que apresenta fatores motivacionais muito presentes neste século como Autonomia, Excelência e Propósito; 3. O participante irá aprender como a maneira que apresentamos algo interfere na decisão que o outro toma (conceito de Nudge e da Arquitetura da Decisão). Desta forma poderá fazer apresentações mais vendedoras de suas ideias, levando o ouvinte ao convencimento. Como diria um certo especialista, tudo é uma questão de perspectiva. Mostre a sua de maneira a convencer.

MÓDULO 3: NEGOCIAÇÃO, INFLUÊNCIA E AGILIDADE COMPORTAMENTAL

Neste módulo a disciplina de Negociação abordará a construção de benefícios mútuos de uma interação ganha-ganha em uma negociação, levando em conta as técnicas e abordagens desenvolvidas pela Harvard Law School. Também neste módulo, técnicas de persuasão propostas por Robert Cialdini serão tratadas de maneira prática. Ainda neste módulo, o participante aprenderá por meio de exercícios e abordagem prática de Agilidade Comportamental, desenvolvidas pela Comprofiles Academy de Aix en Provence, como melhor interagir com pessoas em situações de comunicação difícil e de stress e levá-las a um estado de crescimento relacional. Os participantes entenderão porque emoções como medo ou raiva bloqueiam nossa capacidade de pensar, decidir, interagir nos levando a comportamentos automáticos e inadaptados. Aprenderão,

também, de que forma mudar comportamentos e atitudes. A Comprofiles Academy é parceira do Proinfo-FIA.

MÓDULO 4: TÉCNICAS COMPORTAMENTAIS

Entender melhor sobre a teoria da complexidade e a nova teoria das redes. Não estamos sozinhos e as redes e interações das pessoas influenciam comportamentos e decisões. O participante irá melhor entender as influências coletivas bem como influenciar a comunicação em rede.

Aprenderão também sobre Constelações Empresariais (Bert Hellinger, psicólogo alemão) e o sobre a influência e o resultado de interações coletivas. O participante também verá alguns aspectos chave da Programação Neurolinguística e a programação de comportamentos. Neste módulo, como podemos ver, novamente são discutidos comportamentos. No entanto novas técnicas serão aprendidas para que sejam agregadas à bagagem do especialista que está se formando no curso.

MÓDULO 5: NEUROCIÊNCIAS E NEUROECONOMIA

O campo de conhecimento batizado de Neuroeconomia tem se preocupado com o comportamento das pessoas na sociedade, sua satisfação e seu bem-estar. Este módulo irá discutir sobre como as pessoas se comportam em termos de consumo, de endividamento e até mesmo ver como muitos governos tratam o tema e usam as técnicas de Economia Comportamental para conduzir o cidadão a comportamentos desejados ao fazer, por exemplo, com que seus cidadãos não deixem de pagar impostos, mesmo que não seja de seu agrado. Os participantes irão entender porque é tão difícil poupar para o futuro, ou porque é tão difícil cortar gastos ou até mesmo porque é tão difícil resistir à tentação de um delicioso doce quando queremos emagrecer.

Neste módulo será feita uma introdução à Neurociência e como estes aspectos podem interferir em empresas, mercados e países.

MÓDULO 6: APLICAÇÕES DE ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Um módulo integrativo e bastante aplicado, onde todos os conhecimentos apresentados e vivenciados dentro do curso são usados conjuntamente para resolver problemas reais em Marketing, Design, Finanças, Operações, Recursos Humanos, Tomada de Decisão. Este módulo foi desenhado para que você possa testar as suas novas habilidades e conhecimentos. É o momento de rever e aplicar em profundidade tudo que aprendeu.

MÓDULO 7: TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

Módulo não presencial onde o aluno deve mostrar a sua fluência nos novos conhecimentos construindo uma monografia dos temas abordados em sala de aula e suas aplicações e potenciais.

CARGA HORÁRIA: 360h

COORDENAÇÃO

PROF. DR. FERNANDO CARVALHO DE ALMEIDA

Doutor em Administração – Université Pierre Mendés France – França e Livre Docente pela FEA/USP. Professor convidado pelo IAE de Aix en Provence-França para a disciplina de Competitive Intelligence. Especialização em Inteligência Competitiva pela Academy of Competitive Intelligence – Boston. É vice-presidente executivo do IFBAE – Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas. Coordenação da Pós-Graduação e MBA em Gestão de Riscos de Fraudes e Compliance da FIA.

CORPO DOCENTE

- Alexandre Del Rey
- André Coutinho
- Antonio Terassovich
- Carlota Mingolla
- Edson Barbero
- Fernando Almeida
- Gilberto Guimarães
- Gilberto Tadeu Shinyashiki
- Keith Matsumoto
- Marcos Telles
- Max Yogoro
- Paula Emediato
- Renata Saboia
- Roberto Costa
- Rubens Bresciane
- Ulisses Gamboa

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO

Av. Doutora Ruth Cardoso, 7.221 – CEP 05425-070 – Pinheiros – São Paulo/SP
Informações: Tel: (11) 3732-3535 e (11) 3847-3709 (WhatsApp) | www.fia.com.br



fia.com.br  [faculdadeFIA](https://www.facebook.com/faculdadeFIA)
(11) 3732-3535  [/company/FIA](https://www.linkedin.com/company/FIA)
faleconosco@fia.com.br  [businessschool.fia](https://www.instagram.com/businessschool.fia)
Av. Doutora Ruth Cardoso, 7.221, Pinheiros  [FIABusinessSchool](https://www.youtube.com/FIABusinessSchool)
(ao lado do terminal e metrô Pinheiros)