



MBA em Gestão Estratégica Empresarial

Estrutura Curricular – componente curricular/carga horária

Ambiente Empresarial	
Estratégia Empresarial	32 h
Finanças Corporativas	32 h
Desenvolvimento do Capital Humano	32 h
Gestão de Marketing: estratégias e práticas	32 h
Carga horária total (horas aula)	128 h

Ambiente Comportamental e Tecnológico	
Direito Aplicado à Gestão de Negócios	32 h
Gestão da Cultura Organizacional	32 h
Inovação, Empreendedorismo e Novos Negócios	32 h
Tecnologias Transformadoras de Negócios	32 h
Carga horária total (horas aula)	128 h

Ambientes de Operações e Gestão Internacional	
Gestão Ágil e Projetos	32 h
Gestão de Custos Empresariais	32 h
Operações, Serviços e Gestão da Cadeia de Suprimentos	32 h
Gestão de Negócios Internacionais	32 h
Carga horária total (horas aula)	128 h

Módulo: Aplicação de Conhecimento (modalidade EaD)	48 h
---	-------------

Total da carga horária do curso	432 horas-aula
--	-----------------------



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (1)

1. **Nome do Componente Curricular:** Estratégia Empresarial
2. **Carga Horária:** 32h
3. **Ementa:** Estudo de estratégias competitivas empresariais por meio da análise do ambiente de negócios e aplicação de ferramentas estratégicas que auxiliem o gestor no processo do pensamento estratégico, gestão, planejamento, tomada de decisões e ações estratégicas.
4. **Objetivo:** Capacitar o aluno a desenvolver visão estratégica para atuar em um mercado competitivo, aplicando ferramentas para análise de cenários, perspectivas, formulação e implementação de estratégias empresariais.
5. **Conteúdo Programático:**
 - I. **INTRODUÇÃO**
 - Conceitos iniciais em estratégia empresarial;
 - Mercado e cenário competitivo atual;
 - O gestor estratégico;
 - Tendências estratégicas para o futuro dos negócios.
 - II. **ESTRATÉGIA & COMPETITIVIDADE**
 - Vantagem competitiva, valor, desempenho;
 - Dinâmica competitiva e comportamento competitivo;
 - Estratégias competitivas genéricas;
 - 5Ps da estratégia (Mintzberg).
 - III. **AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA**
 - Análise do ambiente externo;
 - Análise do ambiente interno;
 - Ferramentas: SWOT, VRIO, 5 forças de Porter.
 - IV. **ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO & INOVAÇÃO**
 - Matriz de mercado x produto (Ansoff);
 - Estratégias de coopetição;
 - Fusões e aquisições, alianças estratégicas, internacionalização;
 - Inovação como estratégia de crescimento.



6. Bibliografia:

▪ Básica:

- BARNEY, J. B.; HESTERLY, W.S. *Administração estratégica e vantagem competitiva*. 5ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.
- HITT, M. A; IRELAND, R.D; HOSKISSON, R.E. *Administração estratégica: competitividade e globalização: conceitos*. 4ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2019.
- MINTZBERG, H. et al. *O processo da estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

▪ Complementar:

- BESANKO, D. et al. *A economia da estratégia*. 5ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2018.
- JOHNSON, G.; SCHOLLES, K.; WHITTINGTON, R. *Fundamentos de estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- LACERDA, D.P. et al. *Estratégia baseada em recursos: 15 artigos clássicos para sustentar vantagens competitivas*. Bookman Editora, 2014.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. *Safari da estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- PROENÇA, A. et al. *Gestão da inovação e competitividade no Brasil: da teoria para a prática*. Porto Alegre: Bookman Editora, 2015.

▪ Bases de Dados:

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (2)

1. **Nome do Componente Curricular:** Finanças Corporativas

2. **Carga Horária:** 32h

3. **Ementa:** Apresentação dos fundamentos e conceitos teóricos de finanças corporativas e respectivas correlações à aplicação prática no ambiente corporativo, dos principais modelos, ferramentas e técnicas de estudos financeiros utilizados nos processos de análise e tomada de decisões relacionadas a captação e aplicação de recursos, visando a maximização da criação de valor da empresa e a gestão dos riscos financeiros existentes.



4. Objetivo: Capacitar o aluno participante a interpretar as questões atuais em finanças corporativas e seu relacionamento com as demais atividades da empresa, no sentido de gerar valor para o negócio e perpetuidade para organizações em diversos estágios de evolução; desde *startups*, pequenas e médias empresas, até empresas de grande porte.

5. Conteúdo Programático:

- O valor do dinheiro no tempo e os princípios matemáticos e estatísticos aplicados às finanças corporativas;
- Fundamentos de finanças corporativas (princípios do investimento, do financiamento e dos dividendos);
- Interpretação e análise das demonstrações financeiras e contábeis e a estrutura de capital das empresas;
- Avaliação de ativos de renda fixa (títulos de dívida) e renda variável (ações);
- Decisões sobre investimento, financiamento (estrutura de capital, alternativas e mix de financiamentos) e política de dividendos;
- Análise de investimento: *payback*, *payback* descontando, valor presente líquido e taxa interna de retorno.

6. Bibliografia:

▪ **Básica:**

- ASSAF NETO, Alexandre. Finanças Corporativas e Valor. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- DAMODARAN, Aswath. Finanças corporativas: teoria e prática. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 796 p. ISBN 8536304022.
- ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFRE, Jeffrey F. Administração Financeira: Corporate Finance. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2015.

▪ **Complementar:**

- BREALEY, Richard. Princípios de finanças corporativas. 12. Porto Alegre AMGH 2018 1 recurso online ISBN 9788580556117.
- BRIGHAM, Eugene F. e WESTON, FRED J. Fundamentos da Moderna Administração Financeira. Makron Books, 2000.
- GAPENSKI, Louis C. e BRIGHAM, Eugene F. Administração Financeira – Teoria e Prática. Editora Atlas, 2001.
- GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. Harbra, 2002.

▪ **Bases de Dados:**

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (3)

1. **Nome do Componente Curricular:** Desenvolvimento do Capital Humano
2. **Carga Horária:** 32h
3. **Ementa:** Conhecimento das competências organizacionais e individuais fundamentais ao exercício da liderança, bem como ferramentas para o desenvolvimento de *Soft Skills* com foco na gestão e desenvolvimento do capital humano nas empresas. Aplicação dos conceitos de gestão humanizada visando à elaboração de um programa para a identificação e desenvolvimento da liderança e de equipes de alta performance, mantendo a competitividade organizacional dentro do atual contexto corporativo mundial, através da discussão de novas formas de pensar e atuar na gestão empresarial, com a integração de trabalho colaborativo e integrador entre gerações distintas. Analisar e discutir os processos sucessórios, o desenvolvimento da gestão interdisciplinar e da gestão virtual.
4. **Objetivo:** Capacitar o participante a analisar e desenvolver modelos de gestão estratégica de pessoas integrados ao negócio, identificando e desenvolvendo competências fundamentais ao exercício da liderança e desenvolvimento do capital humano, além de examinar e atuar atentamente sobre situações voltadas ao comportamento humano e social nas organizações, objetivando a excelência de gestão.
5. **Conteúdo Programático:**
 - I. **Estrutura da área de Gestão de Pessoas, Gestão por competências.**
 - Características do mundo contemporâneo, a ambiência competitiva e o fator humano nas organizações;
 - Competências organizacionais e individuais
 - Os processos de gestão de pessoas;
 - A construção e a manutenção da gestão do fator humano.
 - II. **Modelos de liderança e Autoconhecimento**
 - Técnicas de *coaching* e *mentoring* para liderança e desenvolvimento de pessoas
 - III. **Motivação e Engajamento**
 - Motivação intrínseca e extrínseca
 - Os fatores humano, social e cognitivo no engajamento de equipes.
 - IV. **Times de alta performance**
 - V. **Gestão interdisciplinar, Gestão Virtual, Sucessão e Carreira.**



VI. Desenvolvimento de Soft Skills

- Delegação, Feedback, Resiliência, Comunicação, Empatia, Inteligência Emocional e Tomada de decisão

6. Bibliografia:

▪ **Básica:**

- ARAÚJO, Luis César Gonçalves de. Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional, edição compacta. 2. São Paulo: Atlas, 2014.
- DUTRA, Joel Souza. Competências: conceitos, instrumentos e experiências. 2ª ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.
- FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Qualidade de vida no trabalho - QVT: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- MASCARENHAS, André Ofenhejm. Gestão estratégica de pessoas: evolução, teoria e crítica. São Paulo: Cengage Learning, 2013.
- ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A. Fundamentos do comportamento organizacional. 12ª ed. São Paulo: Pearson, 2014.

▪ **Complementar:**

- ARELANO, E.B.; CESAR, A.M.R.V.C. (Orgs.). Gestão de Pessoas nas empresas brasileiras contemporâneas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.
- BARBOSA, L. (Coord.). Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre o nós e os outros. São Paulo: Atlas, 2009.
- BECKER, Brian E., HUSELID, Mark A., ULRICH, Dave. Gestão estratégica de pessoas com "scorecard": interligando pessoas, estratégias e performance. (The HR Scorecard). 15ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- CORAL Eliza; OGLIARI André; ABREU F. A. Gestão Integrada da Inovação: estratégia, organização e desenvolvimento de produtos. São Paulo: Atlas, 2009.
- DAVEL, E.; VERGARA, S.C. Gestão com pessoas e subjetividade. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- DUTRA, Joel Souza. Gestão de pessoas. Rio de Janeiro: Atlas, 2017.
- FERREIRA, P.I. Gestão de pessoas: gestão por competências. Rio de Janeiro: LTC, 2015.
- FLEURY, Maria Tereza Leme (Coordenadora). As pessoas na organização. São Paulo Editora Gente, 2002.



- GIL, Antonio Carlos. Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2012.
 - GINANTE, A. Gestão de pessoas como vantagem competitiva. GV-Executivo, v. 17, n. 4, p. 25-28, Jul./Ago. 2018.
 - HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; TEIXEIRA, Maria Luisa Mendes; ZACCARELLI, Laura Menegon; GODOY, Arilda Schmidt (Orgs). Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders. 2ª ed., rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012.
 - MARRAS, Jean Pierre. Gestão estratégica de pessoas: conceitos e tendências. São Paulo: Saraiva, 2009.
 - OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Coaching, mentoring e counseling. 3ª ed.. Rio de Janeiro: Atlas, 2018.
 - VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de pessoas. 15ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- **Bases de Dados:**
- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
 - <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (4)

1. **Nome do Componente Curricular:** Gestão de Marketing: Estratégias e Práticas
2. **Carga Horária:** 32h
3. **Ementa:** Análise mercadológica, introdução e consolidação dos conceitos do composto de marketing, bem como sua importância, papel estratégico e aplicação
4. **Objetivo:** Abordando os elementos estratégicos e táticos centrais que cercam o ambiente de negócios contemporâneo, a disciplina de Gestão de Marketing: Estratégias e Práticas tem como objetivo principal fornecer uma visão sistêmica sobre como analisar o posicionamento mercadológico empresarial e as principais estratégias do composto mercadológico (os seis P s): gestão de produtos e serviços, clientes, comunicação, preço, distribuição e processos.”
5. **Conteúdo Programático:**
 - I – **Introdução e análise do contexto estratégico**
 - Introdução ao composto marketing (Os 6 P s);
 - O papel e aplicação do composto de marketing na estratégia central da empresa: valor, posicionamento e análise mercadológica, segmentação e pesquisa de mercado, *branding*;



II - Organização voltada ao cliente (*Customer Centricity*)

- Fundamentos do comportamento do consumidor
- O comprador organizacional

III – Estratégias de marketing na prática

- Gestão de produtos e serviços, inovação e ciclo de vida de produtos;
- Ferramentas de comunicação integrada de marketing (CIM) tradicionais, marketing de conteúdo e mídias digitais;
- Estratégias de precificação;
- Estratégias de distribuição: canais de vendas físicos e digitais;
- Sistemas de gestão de marketing: modelos, estruturas e o marketing 4.0 .

6. Bibliografia:

▪ **Básica:**

- HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- KOTLER, Philip, KELLER, Kevin, L. Administração de Marketing. 14ª ed. – São Paulo: Person Education do Brasil, 2012.
- KOTLER, P; KELLER, K. Marketing Essencial, 15ed. Ed Pearson. 2019.
- MAGALHÃES, Marcos Felipe; SAMPAIO, Rafael. Planejamento de marketing: conhecer, decidir e agir. Pearson Prentice Hall, 2008.

▪ **Complementar:**

- CHURCHILL JUNIOR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
- COUGHLAN et al. Canais de marketing. Tradução Sonia Midori Yamamoto, Jorge Rittere. Editora Pearson Education do Brasil, 2012.
- ELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Person prentice hall, 2007.
- HOFFMAN, K. Douglas. Princípios de marketing de serviços. 3a ed. Brasil: Cengage Learning, 2010
- KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Person prentice hall, 2007.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Sextante, 2017.



- MALHOTRA, Naresh K. Introdução à Pesquisa de Marketing: Foco na decisão. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
 - NAGLE, Thomas. T; HOLDEN, Reed. K. Estratégia e tática de preços. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
 - RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: a batalha pela sua mente. São Paulo: M. Books, 2009.
 - SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 11. Porto Alegre Bookman 2016.
- **Bases de Dados:**
- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
 - <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (5)

1. **Nome do Componente Curricular:** Direito Aplicado à Gestão de Negócios
2. **Carga Horária:** 32h
3. **Ementa:** Tópicos aplicados à Gestão de Negócios envolvendo as temáticas de Direito Civil, Direito Empresarial, Direito do Consumidor, Direito Digital, Direito do Trabalho, Direito Tributário e Direito Ambiental.
4. **Objetivo:** Capacitar gestores e empreendedores para a utilização do direito como instrumento que aperfeiçoe o processo decisório gerencial, dando-lhes noções práticas e aplicadas sobre tópicos de direito civil, empresarial, do consumidor, digital, do trabalho, tributário e ambiental que afetam a dinâmica organizacional.
5. **Conteúdo Programático:**
 - I. **INTRODUÇÃO.**
 - Categorias essenciais ao direito (pessoas, bens e fatos);
 - Uma visão panorâmica entre direito público e privado;
 - Conceito de obrigações e suas fontes;
 - Noções gerais do direito contratual e da responsabilidade civil.
 - II. **DIREITO CIVIL E EMPRESARIAL**
 - O conceito de empresa, empresário, sociedade e estabelecimento.
 - O gerenciamento do risco por meio da personificação jurídica.
 - Tipos societários.
 - III. **DIREITO CIVIL E EMPRESARIAL**
 - A desconsideração da personalidade jurídica e a responsabilidade civil de sócios e administradores
 - IV. **DIREITO DO CONSUMIDOR E DIGITAL**



- Noções sobre relações de consumo, responsabilidades no direito do consumidor, práticas comerciais e proteção contratual.
- Noções gerais sobre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018).
- V. DIREITO DO TRABALHO**
 - Relações individuais e coletivas de trabalho.
 - Relações de trabalho e de relações de emprego. Pejotização trabalhista.
 - Contratos intermitentes.
 - Conceito de empregador, grupo econômico e sucessão trabalhista.
 - Terceirização trabalhista.
- VI. DIREITO TRIBUTÁRIO**
 - Noções básicas sobre tributos e obrigações tributárias.
 - Regimes de tributação aplicados aos negócios.
 - Tecnologia aplicada ao cumprimento das obrigações tributárias - sped e sistemas do governo para registro de operações.
- VII. DIREITO AMBIENTAL**
 - Fundamentos, princípios e a integração do direito ambiental com a atividade econômica, verificando suas aplicabilidades.

6. Bibliografia:

▪ Básica

- CAVALIERI FILHO, S. *Programa de Responsabilidade Civil, 13ª edição*. Grupo GEN, 2018.
- DOWER, N.G. B. et al. *Instituições de Direito Público e Privado*. São Paulo: Saraiva, 2017.
- TARTUCE, Flávio. *Manual de Direito Civil - Volume Único, 10ª edição*. São Paulo: Método, 2019.

▪ Complementar:

- ANTUNES, Paulo de Bessa. *Direito Ambiental*. Grupo GEN, 2020.
- BEZERRA LEITE, Carlos H. *Curso de direito do trabalho*. Editora Saraiva, 2020.
- FILOMENO, José Geraldo Brito. *Curso Fundamental de Direito do Consumidor, 3ª edição*. Grupo GEN, 2014.
- MAMEDE, G. *Manual de Direito Empresarial*. São Paulo: Grupo GEN, 2020.
- SABBAG, Eduardo. *Direito Tributário Essencial, 6ª edição*. Grupo GEN, 2018.

▪ Bases de Dados:

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>



- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (6)

- 1. Nome do Componente Curricular:** Gestão da Cultura Organizacional
- 2. Carga Horária:** 32 h
- 3. Ementa:** Conhecimento do ambiente corporativo (missão, visão, valores e crenças) e sua influência na cultura e no clima organizacional, propiciando novas formas de pensar e agir na transformação cultural; na avaliação do comportamento organizacional e seus impactos sobre os resultados do negócio.
- 4. Objetivo:** Habilitar o participante a interpretar o impacto da cultura organizacional no ambiente corporativo, avaliar o comportamento organizacional e propor ações para a transformação da cultura da organização.
- 5. Conteúdo Programático:**
 - Referencial histórico corporativo.
 - Reconhecimento da Cultura Organizacional e sua estrutura da cultura organizacional. Valores e Crenças: elementos formadores da Cultura Organizacional.
 - Modelos de Cultura Organizacional e suas influências na capacidade de inovação do negócio.
 - Medidas do Comportamento Organizacional: diagnóstico, análise e intervenção de variáveis que impactam no desempenho individual e coletivo.
 - Escalas de Comprometimento Organizacional Afetivo; Clima Organizacional; Escalas de Motivação e Engajamento (práticas de consultoria).
 - Diversidade Cultural.
 - Transformação cultural (Choque) e a heterogeneidade de gerações.
- 6. Bibliografia:**
 - **Básica:**
 - DIAS, Reinaldo. Cultura organizacional : construção, consolidação e mudança. São Paulo Atlas 2013 1 recurso online ISBN 9788522484485
 - SCHEIN, Edgar H. Cultura organizacional e liderança. Rio de Janeiro Atlas 2009 1 recurso online ISBN 9788597019827.



- SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Novas medidas do comportamento organizacional : ferramentas de diagnóstico e de gestão. 1. Porto Alegre ArtMed 2013 1 recurso online ISBN 9788582710227.
- **Complementar:**
 - BANOVA, Márcia Regina. Comportamento organizacional : melhorando o desempenho e o comprometimento no trabalho. Rio de Janeiro Atlas 2019 1 recurso online ISBN 9788597019995.
 - BURCHELL, Michael. A melhor empresa para trabalhar : como construí-la, como mantê-la e por que isso é importante. Porto Alegre Bookman 2014 1 recurso online ISBN 9788540700758.
 - COHEN, David. Cultura de excelência. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2015. 208 p. ISBN 9788568377123.
 - DEMO, Gisela. Políticas de gestão de pessoas nas organizações : papel dos valores pessoais e da justiça organizacional. 3. São Paulo Atlas 2012 1 recurso online ISBN 9788522470341.
 - DI NIZO, Renata. Reinventando a liderança. Summus Editorial 168 ISBN 9788532309013.
 - FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Comportamento organizacional : conceitos e práticas. São Paulo Saraiva 2005 1 recurso online ISBN 9788502097292.
 - HOFSTEDE, Geert. Cultura e Organizações – Compreender a nossa organização mental. Lisboa: Edições Sílabo, 2001. (biblioteca física)
 - HOFSTEDE, Geert H. Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations. 2nd ed Thousand Oaks, Calif.: Sage Pub., 2001. xx, 596 p. ISBN 0803973233. (biblioteca física)
 - ROBBINS, Stephen P.; Judge, Tim; Sobral, Filipe. Comportamento Organizacional - 14ª edição. Editora Pearson 664 ISBN 9788576055693.
 - SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Medidas do comportamento organizacional : ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre ArtMed 2011 1 recurso online ISBN 9788536314945.
 - SOUZA, Carla Patricia da Silva. Cultura e clima organizacional: compreendendo a essência das organizações. Editora: Intersaberes 2014. ISBN 9788544300053.
- **Bases de Dados:**
 - <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (7)

1. **Nome do Componente Curricular:** Inovação, Empreendedorismo e Novos Negócios
2. **Carga Horária:** 32 h
3. **Ementa:** Introdução e consolidação dos principais elementos do empreendedorismo como ciência e o papel da inovação como peça-chave para criação de valor. Apresentação da figura do empreendedor, do intraempreendedor e da criatividade



no desenvolvimento e aplicação de ações inovativas, bem como os aspectos do empreendedorismo social. Análise de oportunidades de geração de valor e aplicação prática de modelos usados na criação de novos projetos ou novos negócios.

- 4. Objetivo:** Abordagem de elementos estratégicos e táticos, a disciplina de Inovação, Empreendedorismo e Novos Negócios tem como objetivos centrais apresentar o papel e a importância do empreendedorismo no ambiente de negócios contemporâneo bem como os principais elementos e habilidades profissionais necessários para a identificação de oportunidades de criação de valor com base na inovação, seja na empresa em que trabalha ou pela abertura de novos negócios. Para tanto, serão abordados temas referentes a geração e aplicação de novas ideias, características e comportamentos do empreendedor e do intraempreendedor, empreendedorismo social e o uso prático de modelos de desenvolvimento de novos projetos ou negócios.”

5. Conteúdo Programático:

I – Inovação e Empreendedorismo

- Fundamentos do empreendedorismo;
- A inovação e seu papel na geração de valor;

II – O empreendedor e o Intraempreendedor

- A figura do empreendedor;
- As 10 características e comportamentos empreendedores (CCEs);
- Fundamentos do Empreendedorismo Corporativo (Intraempreendedorismo): como empreender na empresa em que trabalha;

III – Empreendedorismo Social

- Sustentabilidade empresarial;
- Modelos de negócios sustentáveis;

IV – Empreendedorismo na Prática

- Investidor anjo, venture capital, crowdfunding, pitch de negócios;
- Principais modelos utilizados no desenvolvimento de novos negócios: Lean Startup, Business Model Generation e o uso do Modelo Canvas;
- Proposta de valor: Design Thinking, mapa de empatia, criação de persona e o storytelling;
- Aplicação prática do Business Model Generation para o desenvolvimento de novos projetos ou abertura de negócios: análise e segmentação de mercado, ROI, portfólio de produtos/serviços e geração de receitas, canais de marketing.

6. Bibliografia:

▪ **Básica:**

- BESSANT, John et al. Inovação e Empreendedorismo. São Paulo, Bookman, 2009.
- BARON, Robert; SHANE Scott.A. Empreendedorismo: uma Visão de Processo. São Paulo: Thomson Learning, 2014.



- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business model generation: inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo – Transformando Ideias em Negócios. Rio de Janeiro Campus, 2014.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo Cooperativo. 3ed. LTC
- SILVA, R. S et al. Empreendedorismo social. São Paulo: Grupo A, 2019. 9788533500204.

▪ **Complementar:**

- BIAGIO, Luiz Arnaldo. Plano de Negócios. São Paulo, Manole, 2005.
- DEGEN, Ronald J. O Empreendedor – Empreender como opção de carreira. São Paulo, Prentice Hall, 2009.
- MARTINS, Leandro G. Monte seu próprio negócio. São Paulo, Digerati Books, 2007.
- REIS, Erik. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012. Acesso: • <http://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxutaeric-ries-livro-completo.pdf>

▪ **Bases de Dados:**

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (8)

1. **Nome do Componente Curricular:** Tecnologias Transformadoras de Negócios
2. **Carga Horária:** 32h
3. **Ementa:** Conhecimento das tecnologias alinhando sua aplicação com a estratégia das organizações para gerenciamento da informação, gestão do conhecimento possibilitando analisar processos internos e externos das empresas. Abordagem estratégica da gestão de mudanças de modelos de negócios por meio de um processo de inovação e da implementação de tecnologias digitais.
4. **Objetivo:** Habilitar o aluno a compreender e desenhar um plano de gestão das tecnologias e acompanhar sua implementação e operação alinhada com as definições do planejamento estratégico da organização.
5. **Conteúdo Programático:**
 - I. **Gestão estratégica da tecnologia da informação**
 - Gestão e Tecnologia da Informação na administração;
 - Gestão Estratégica da Informação com análise de riscos;
 - Gestão do Conhecimento;
 - Visão do Conceito ITIL – Gestão de Mudanças
 - A Gestão da Informação como instrumento para entender o cliente, o mercado, a empresa e as pessoas;



- Os processos informacionais, política da informação, projetos (abordagem dos métodos ágeis)
- Segurança da Informação e Políticas de Acesso e Segurança
- Conhecimento das Leis de Segurança e Política de Privacidade de Dados (LGPD)

II. Sistemas, softwares e aplicativos de apoio à gestão

- Enterprise Resource Planning (ERP);
- Customer Relationship Management (CRM);
- Inteligência de Negócios - Business Intelligence (BI)
- eCommerce, eBanking, eBusiness, eLearning;
- Sistemas de apoio (Logística, Marketing, etc.)
- Sistemas de Comunicação Interna – Intranet
- Softwares e aplicativos direcionados a agilidade administrativa - ferramentas colaborativas

III. Infraestrutura de TI – Operação da Melhoria contínua

- Visão geral da Infraestrutura;
- Edge e cloud computing;
- Monitoramento da Rede;
- Análise de Contingências;
- A importância do Backup e Segurança dos Dados.

IV. Tecnologias transformadoras

- O uso de tecnologias transformadoras no negócio: Big Data, Internet das coisas, Inteligência Artificial, Ciência de Dados.

6. Bibliografia:

▪ **Básica:**

- TURBAN, E., VOLONINO, L. Tecnologia da Informação para Gestão: em busca de um melhor desempenho estratégico e operacional. Bookman, 2013.
- O'BRIEN, James A.; MARAKAS, George M. Administração de sistemas de informação. 15. ed. São Paulo: McGraw-Hill, Bookman, 2013.
- TURBAN, Efraim. Business Intelligence: um enfoque gerencial para a inteligência do negócio. Porto Alegre: Bookman, 2011.

▪ **Complementar:**

- AMARAL, Fernando. Introdução à ciência de dados. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.
- ARMSTRONG, P. Dominando as tecnologias disruptivas. Ed. Autêntica Business, 2019
- BNDES. Relatório 9 - Relatório Plano de Ação. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/wcm/connect/site/d22e7598-55f5-4ed5-b9e5-543d1e5c6dec/produto-9A-relatorio-final-estudo-de-iot.pdf?MOD=AJPERES&CVID=m5WVIlld>
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 8 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.



- FACELI, K.; LORENA, A.C.; GAMA, J.; CARVALHO, A.C.P.L.F. Inteligência Artificial: uma abordagem de aprendizado de máquina. LTC, 2011.
 - FAWCETT, Tom. PROVOST, Foster. Data Science para Negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.
 - GRUS, Joel. Data Science do Zero. Alta Books, 2016.
 - REZENDE, Denis Alcides. Planejamento de Sistemas de Informação. Editora Atlas, 2008.
 - ROGERS, David L. Transformação Digital: repensando o seu negócio para a era digital. São Paulo: Autêntica Business, 2017.
 - ROSA, J. L. G. Fundamentos da Inteligência Artificial, LTC, 2011.
 - RUSSEL, S.; Norvig, P. Inteligência Artificial, Ed. Campus, 2003.
 - SÁTYRO, Walter Cardoso et. al. Indústria 4.0: Conceitos e fundamentos. Editora Blucher, 2019.
 - SCHWAB, Klaus. Aplicando a Quarta Revolução Industrial. Editora Edipro, 2018.
 - SIGGELKOW, N., TERWIESCH, C. estratégia conectada. Ed. Benvirá, 2020.
 - SINCLER, B. IoT: como usar a "internet das coisas" para alavancar seus negócios. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2018.
- **Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO**

 - **Bases de Dados:**
 - <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (9)

- 1. Nome do Componente Curricular:** Gestão Ágil e Projetos
- 2. Carga Horária:** 32 h
- 3. Ementa:** Apresentar as práticas emergentes de gerenciamento de projetos diante do planejamento, execução e controle, sobre as perspectivas ágil e preditiva, abrangendo os âmbitos, organizacional, interpessoal e de desempenho operacional. Compreender os conceitos relacionados à avaliação econômico-financeira de projetos, gerenciamento de produtos e processo de tomada de decisão.
- 4. Objetivo:** Capacitar o participante por meio de metodologias ágeis e melhores práticas do gerenciamento de projetos, tendo foco no planejamento, atendimento das necessidades organizacionais e entregas de produtos, serviços e resultados.
- 5. Conteúdo Programático:**



GESTÃO PREDITIVA DE PROJETOS

- Conceitos – projetos, programas, portfólio;
- Estruturas organizacionais e Papeis em Gerenciamento de Projetos;
- Ciclos de Vida de Projeto e Tipos de Ciclo de Vida;
- Gestão Tradicional/Preditiva de Projetos - Grupo de Processos e Áreas de Conhecimento (tripla restrição);
- Gestão de incertezas do projeto;
- Lições aprendidas adquiridas no projeto;
- Ferramentas para gestão de projetos.

GESTÃO ÁGIL DE PROJETOS

- Manifesto Ágil;
- Metodologias Ágeis: Scrum e Kanban;
- Cerimônias e eventos ágeis;
- Gestão do produto: Product Backlog, design sprint e Minimum Viable Product (MVP);
- Estimativas de dimensionamento do trabalho;
- Métricas de acompanhamento;
- Ferramentas para gestão ágil.

6. Bibliografia:

▪ Básica

- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Guia ágil**. Newton Square: Project Management Institute, c2017. vii, 167 p. ISBN 9781628254150.
- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos: guia PMBOK**. 6. ed. Newton Square: Project Management Institute, c2017. xxix, 755 p. ISBN 9781628251920.
- SCHWABER, K; SUTHERLAND, J. **The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game**. The Scrum Guide, 2017.

▪ Complementar:

- KERZNER, Harold. **Gestão de projetos: as melhores práticas**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. viii, 821 p. ISBN 9788536306186
- MASSARI, V. **Gerenciamento ágil de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2014
- SUTHERLAND, Jeffrey Victor; SUTHERLAND, J. J. **Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019. 256 p. ISBN 9788543107165 (Broch.).
- VARGAS, R. **Gerenciamento de projetos**, 9ª ed. São Paulo: Brasport, 2018



- **Bases de Dados:**
 - <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (10)

- 1. Nome da Disciplina:** Gestão de Custos Empresariais
- 2. Carga Horária:** 32 h
- 3. Ementa:** Conhecimento das informações de que as empresas necessitam, através da análise de custos, para proporcionar valor, diferenciação, volume quantidade e oportunidade que os clientes desejam para minimizar o custo empresarial. A Gestão Estratégica de Custos busca conhecer toda a cadeia de valor desde a aquisição de insumos produtivos da matéria-prima até o consumidor final.
- 4. Objetivo:** Capacitar o participante na análise de custos para avaliação do impacto financeiro das decisões gerenciais, tendo como foco a obtenção da vantagem competitiva, ou seja, a criação de valor para o cliente por um melhor custo mínimo e benefício mais acessível.
- 5. Conteúdo Programático:**
 - Contabilidade de Custos, Classificações de Custos e Componentes dos Custos Empresariais;
 - Custos operacionais e custos estratégicos;
 - Sistemas de Custeio;
 - Tributos sobre Preços e Custos e Formação do Preço de Venda;
 - Análise de Custo, Volume e Lucro;
 - Custos do Ciclo de Vida dos Produtos;
 - Custos de Capital organizacional e Custos Organizacionais.
- 6. Bibliografia:**
 - **Básica**
 - DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. São Paulo: Atlas, 2008. 250 p. ISBN 9788522450169. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597022803>
 - FONTOURA, Fernando Batista Bandeira da. Gestão de custos: uma visão integradora e prática dos métodos de custeio. São Paulo Atlas 2013 1 recurso online ISBN 9788522483723. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483723>
 - ROCHA, Welington. Gestão de Custos Inter organizacionais. São Paulo, Atlas, 2009.



- RODNEY, W. Análise de custos e preços de venda - 1ª Edição. Editora Saraiva, 2001. 9788502088203.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502088203>

- WERNKE, Rodney. Gestão de Custos. São Paulo, Atlas, 2004.

▪ **Complementar**

- ASSAF NETO. Finanças Corporativas e Valor. 7 ed. São Paulo. Atlas.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522490912>

- BERTO, Dalvio José. Gestão de Custos. São Paulo, Saraiva, 2009.

- FAMÁ, Rubens e BRUNI, Adriano Leal. Gestão de Custos e Formação de Preços. São Paulo, Atlas, 2008.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597021059>

- GOVINDARAJAN, Vilay A Revolução dos Custos. São Paulo, Campos Elsevier, 2009.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788563308856>

- MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522482054>

- MOWEN, Maryanne M. Gestão de Custos, Contabilidade e Controle. São Paulo, Pioneira Thomson, 2008.

- PADOVEZE, Clóvis Luís. Custo e preços de serviços: logística, hospitais, transporte, hotelaria, mão de obra, serviços em geral. São Paulo Atlas 2013 1 recurso online ISBN 9788522477760.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522477760>

- PINDYCK, R.; RUBINFELD, D. Microeconomia. 8. ed. Pearson, 2013.
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/5668>

- ROSS. Fundamentos de Administração Financeira. 9 ed. São Paulo. Bookman.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788580552256>

- SOUZA, Bruno C.; ROCHA, Welington. Gestão de custos Inter organizacionais: ações coordenadas entre clientes e fornecedores para otimizar resultados. São Paulo: Atlas, 2009. Número de chamada: 658.1552 S729g 2009

▪ **Bases de Dados:**

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (11)

- **Nome do Componente Curricular:** Operações, Serviços e Gestão da Cadeia de Suprimentos

- **Carga Horária:** 32h

- **Ementa:** Conhecimento das ferramentas para o efetivo planejamento e acompanhamento dos meios de transporte, armazenagem, distribuição física e indicadores de desempenho necessários ao suporte dos processos logísticos,



trazendo, como acessória, a abordagem das relações com fornecedores de produtos e serviços.

- **Objetivo:** Capacitar o participante a gerir a estrutura do fluxo de materiais de uma forma integrada ao longo da cadeia de suprimentos, apresentando técnicas de logística como instrumento estratégico de gestão e aspectos relacionados às relações com fornecedores de serviços terceirizados.

- **Conteúdo Programático:**
 - Gestão estratégica de logística.
 - Administração de Materiais e Gestão de Armazenagem;
 - Administração da cadeia de suprimentos;
 - Gestão de estoques;
 - Logística – custos;
 - Gestão operacional;
 - *O Supply Chain Management:*
 - O uso e a gestão de intermediários
 - Transformando as relações de fornecimento em relações de parceria
 - Interface com os clientes
 - A gestão dos relacionamentos com fornecedores.

6. Bibliografia:

▪ Básica

- BERTAGLIA, Paulo Roberto. Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento. 4. São Paulo Saraiva 2020 1 recurso online ISBN 9788571440975.
- NOVAES, Antonio Galvão. Logística e gerenciamento da cadeia de d : estratégia, operação e avaliação. 4. Rio de Janeiro GEN Atlas 2014 1 recurso online ISBN 9788595152137.
- PIRES, Sílvio R. I. Gestão da cadeia de suprimentos : conceitos, estratégias, práticas e casos. 3. Rio de Janeiro Atlas 2016 1 recurso online ISBN 9788597008708.

▪ Complementar

- CHOPRA, Sunil; Meindl, Peter. **Gestão da Cadeia de Suprimentos:** estratégia, planejamento e operações - 4ª edição. Pearson 2012
- CORRÊA, Henrique Luiz. **Gestão de redes de suprimento :** Integrando cadeias de suprimento no mundo globalizado. São Paulo Atlas 2010.
- FIGUEIREDO, Kleber et al. **Diferenças regionais na avaliação do serviço logístico:** uma pesquisa no setor de supermercados em cinco capitais brasileiras. RAM: Revista de Administração Mackenzie São Paulo , v.3,n.2, p.[117]-136, jul./dez. 2002.
- FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati (Org.). **Logística empresarial:** a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2013
- KOBAYASHI, Shun'ichi. **Renovação da logística:** como definir as estratégias de distribuição física global. São Paulo: Atlas, 2000.



▪ **Bases de Dados:**

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (12)

1. **Nome do Componente Curricular:** Gestão de Negócios Internacionais

2. **Carga Horária:** 32 h

3. **Ementa:** Conhecimento dos principais aspectos relacionados à evolução do conceito de Economia e o Comércio Internacional, considerando a abertura comercial dos negócios internacionais. Desenvolvimento de capacidades analíticas e cognitivas para gestão do comércio exterior em um ambiente de concorrência e constante transformação.

4. **Objetivo:** Capacitar o participante a tomada de decisão nas funções relativas ao sistema financeiro internacional e comércio exterior, proporcionando condições para atuar, de forma competitiva, em um mercado globalizado.

5. **Conteúdo Programático:**

- Gestão Internacional
- Internacionalização de Empresas
- Operações de Comércio Exterior
- Sistema Financeiro Internacional
- Mercado Cambial

6. **Bibliografia:**

▪ **Básica:**

- CARMO, Edgar Cândido do.; MARIANO, Jefferson. *Economia Internacional*. São Paulo: Saraiva, 3ª ed., 2016 [minha biblioteca – biblioteca digital]
- LIMA, M.; SILBER, S. D.; VASCONCELLOS, M.A.S., *Manual de Comércio Exterior e Negócios Internacionais*. São Paulo: Saraiva, 2017 [minha biblioteca – biblioteca digital]
- SEGRE, German (organizador). *Manual Prático de Comércio Exterior*. São Paulo: Atlas, 5ª ed., 2018 [minha biblioteca – biblioteca digital]

▪ **Complementar:**

- DAVID, Pierre A., *Logística Internacional: gestão de operações de comércio internacional*. São Paulo: Cengage Learning, 4ª ed., 2017 [minha biblioteca – biblioteca digital]
- FARO, Ricardo; FARO, Fátima. *Curso de Comércio Exterior: Visão e Experiência Brasileira*. São Paulo: 3ª ed., 2012



- LENZA, Pedro, *Comércio Internacional Esquematizado*. São Paulo: Saraiva, 2ª ed., 2015
 - MENDES, Zilda. *Sistemática e operações no mercado de câmbio*. São Paulo: Mackenzie, 2020 [minha biblioteca – biblioteca digital]
 - MENDES, Zilda. *Gestão Financeira do Comércio Exterior: para quem está começando a exportar e importar*. Curitiba: Appris, 2019.
- **Bases de Dados:**
- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (13)

1. **Componente Curricular:** Aplicação de Conhecimento
2. **Carga Horária:** 48h na modalidade EAD
3. **Ementa:** A disciplina promove o desenvolvimento do Trabalho de Aplicação de Conhecimento, com base no método prático e aplicado, o qual direciona o aluno para a resolução de um desafio ou problema real vivenciado por uma determinada organização, utilizando os conceitos e práticas abordados ao longo do curso.
4. **Objetivo:** Capacitar o participante para investigar, analisar e compreender as causas e as implicações dos desafios organizacionais; e com base no diagnóstico e na pesquisa bibliográfica, propor soluções e ações detalhadas, visando à resolução de problemas ou oportunidades reais e pontuais enfrentadas por uma determinada organização
5. **Conteúdo Programático:**
 - Definição do problema/oportunidade/desafio organizacional a ser resolvido;
 - Descrição das características gerais da empresa: histórico no mercado de atuação, ramo de atividade, controle societário, produtos e serviços, perfis de clientes e fornecedores, regiões de atuação, quantidade de funcionários e porte econômico;
 - Diagnóstico das origens e implicações do desafio a ser resolvido;
 - Pesquisa bibliográfica sobre os temas relacionados com o desafio organizacional;
 - Proposição de soluções e ações detalhadas para a resolução do desafio.
6. **Bibliografia:**
 - **Bibliografia Básica:**



FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 312 p.

MARCONDES, Reynaldo C.; MIGUEL, Lilian A. P.; FRANKLIN, Marcos A.; PEREZ, Gilberto. **Metodologia para trabalhos práticos e aplicados** - Administração e Contabilidade. São Paulo: Editora Mackenzie, 2017. E-book.

SAMPIERI, Roberto HERNÁNDEZ; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

- **Bibliografia Complementar:**

BOOTH, W. C.; COLOMB, G. G.; WILLIAMS, J. M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R; SILVA, A. B. da (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigma, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

HAIR, Joseph F.; BABIN, Barry, MONEY, Arthur H.; SAMOUEL, Phillip. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MEDEIROS, J. B. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 11. São Paulo: Atlas, 2013.

ISKANDAR, J. I. **Normas da ABNT comentadas para trabalhos científicos**. 5ª. ed. Curitiba: Juruá, 2015.