

MBA EXECUTIVO EM

GESTÃO DE CONCESSIONÁRIAS





O **FGV In Company**, a **FENABRAVE**, por meio da **Universidade Fenabrave**, e a **Academia CEO** se uniram para acelerar o desenvolvimento dos profissionais de concessionárias e impulsionar o crescimento do setor.

Unidos pelo propósito de capacitar e inspirar, a parceria entre as três instituições promete ser um marco para a gestão de Concessionárias, agregando valor ao mercado e fortalecendo o crescimento sustentável das empresas do setor.

MBA EXECUTIVO EM **GESTÃO DE CONCESSIONÁRIAS**

A FGV tem como premissa o fomento das práticas que apoiam a evolução dos resultados da organização, por meio de capacitação específica na área de atuação profissional, de maneira integrada com a estratégia e os desafios de cada negócio ou divisão.

Para isso, elaboramos um programa que traga os conceitos de upskilling e reskilling, preparando seus colaboradores para as ações técnicas, estratégicas e ainda aquelas alinhadas às tendências digitais, aceleração digital e necessidades emergentes do Século XXI.

Parceiros

FENABRAVE, Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores, reúne 56 Associações de Marca de automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus, implementos rodoviários, motocicletas e máquinas agrícolas.

A Universidade Fenabrave já capacitou milhares de pessoas, elevando a excelência na gestão e produtividade da rede de distribuição automotiva de forma dinâmica, eficiente e acessível. Oferece, por meio da plataforma Universidade Web Fenabrave, cursos rápidos e dinâmicos altamente relevantes para o setor de distribuição. Esses cursos impactam significativamente o dia a dia dos colaboradores de concessionárias em todo o Brasil.

Academia CEO, uma plataforma de conteúdo para a formação de líderes ainda melhores, em todos os níveis e segmentos empresariais, através do compartilhamento de experiências práticas de liderança e gestão de destacados CEOs e executivos do mercado.

A FGV com larga tradição em educação e na produção de conhecimento para o desenvolvimento do Brasil, tem se destacado na formação de líderes e gestores com altos padrões de inovação e qualidade.

NOVO CONTEXTO DO MERCADO

Mudanças profundas estão em andamento nos negócios e na sociedade impulsionadas desde o início da década pela transformação digital;

A pandemia global acelerou e aprofundou algumas destas mudanças impondo uma nova realidade para diversos mercados;

A retomada dos negócios pós pandemia se dará um contexto econômico e social transformado, que demanda novas competências dos colaboradores e líderes;

Os colaboradores e líderes precisam lidar com novos desafios competitivos e com um novo mundo do trabalho marcado por mudanças na natureza do trabalho, mudanças nas formas de trabalhar e mudanças no perfil dos profissionais.

OBJETIVOS DO PROGRAMA

01

Desenvolver a capacidade intraempreendedora e empresarial, com apurada percepção de oportunidades de negócios em concessionárias.

02

Capacitar os participantes com práticas específicas de gestão para o aumento da competência empresarial das concessionárias.

03

Aumentar a força competitiva das concessionárias por meio do desenvolvimento da liderança e do estímulo ao trabalho em equipe.

04

Ampliar a capacidade analítica e decisória, tornando os profissionais capazes de gerar oportunidades de melhorias de processos, com foco na inovação e na transformação digital do negócio.

05

Desenvolver habilidades interpessoais e de liderança, habilitando os profissionais a criar projetos multidisciplinares, com foco no desenvolvimento de produtos e serviços para concessionárias.

SOLUÇÃO EDUCACIONAL

Pós-Graduação Lato-Sensu, nível especialização, na modalidade blended, ministrado por meio de aulas presenciais, aulas virtuais síncronas mediadas por tecnologia (ferramenta de videoconferência Zoom ou Teams) e atividades assíncronas no ambiente virtual de aprendizagem da FGV (e-Class).

CARGA HORÁRIA

432 horas-aula, distribuídas em:

316 horas-aula virtuais síncronas;
45 horas-aula presenciais;
71 horas-aula virtuais assíncronas.

ENCONTROS PRESENCIAIS

Instalações da FENABRAVE

Av. Indianópolis 1967 - Planalto Paulista - São Paulo

PÚBLICO-ALVO

Curso destinado exclusivamente aos profissionais coligados às associadas à FENABRAVE.

NÚMERO DE TURMAS E PARTICIPANTES

01 turma composta por no mínimo 40 e no máximo 45 participantes por turma.

Nota 1: hora-aula com 50 (cinquenta) minutos de duração. 432 horas-aula correspondentes a 360h00min.

Nota 2: O aluno aprovado em um ou mais curso da Trilha de Formação das Concessionárias da FENABRAVE, poderá solicitar o aproveitamento para as disciplinas sinalizadas na grade do MBA como Trilha de Formação. A solicitação será realizado no ato da inscrição e será avaliado pela coordenação acadêmica que poderá ou não deferir o pedido.



DIFERENCIAIS DO PROJETO

- Programa customizado para as necessidades do setor, dentro dos eixos de estratégia e negócios, excelência operacional, gestão de pessoas e cliente.
- Construção de projeto estratégico e aplicado para cada concessionária/participante.

EXPERIÊNCIA DE APRENDIZAGEM

O programa foi elaborado a partir da análise dos temas propostos pela equipe da FENABRAVE. Esse programa é uma recomendação inicial e poderá ser customizado à luz da realidade do entidade após a contratação, na fase inicial do projeto.

O MBA foi estruturado em 04 (quatro) módulos, sendo:

MÓDULO I
ESTRATÉGIA E NEGÓCIOS PARA CONCESSIONÁRIAS
(150 horas-aula)

MÓDULO II
EXCELÊNCIA OPERACIONAL EM CONCESSIONÁRIAS
(78 horas-aula)

MÓDULO III
GESTÃO DE PESSOAS PARA CONCESSIONÁRIAS
(102 horas-aula)

MÓDULO IV
CLIENTE
(102 horas-aula)

DISCIPLINAS



Aula inaugural:
05/02/2025



Duração:
20 meses

Frequência:
Encontros presenciais:
5 encontros ao longo do curso, às terças-feiras das 9h às 17h30

Encontros virtuais:
segundas e quartas-feiras das 19h às 22h40

Módulo I

- Gestão Estratégica
- Projetos e Metodologias Ágeis
- Criatividade e Inovação
- Neurobusiness: Fundamentos, Performance e Resultado
- Seminários Temáticos
- Projeto Aplicado

Módulo II

- Finanças Corporativas
- Matemática Financeira
- Gestão da Qualidade e Processos

Módulo III

- Autoconhecimento e Trajetória Profissional
- Gestão de Times de Alta Performance
- Comunicação Integrada
- Alta Desempenho em Negociação

Módulo IV

- Experiência do Cliente
- Administração de Vendas
- Formulação da Política Comercial
- Planejamento de Vendas e Novos Negócios

QUADRO DE DISCIPLINAS

*A ordem das disciplinas e a definição das disciplinas presenciais caberá a coordenação do curso

MÓDULO	DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA POR MODALIDADE			
		PRESENCIAL	VIRTUAL SÍNCRONA	VIRTUAL ASSÍNCRONA	TOTAL
I - Estratégia e Negócios para Concessionárias (150 h/a)	01. Gestão Estratégica para (Trilha de Formação)	-	24h/a	06h/a	30h/a
	02. Projetos e Metodologias Ágeis	-	20h/a	04h/a	24h/a
	03. Criatividade e Inovação	09h/a	12h/a	03h/a	24h/a
	04. Neurobusiness: Fundamentos, Performance e Resultado	-	20h/a	04h/a	24h/a
	05. Seminários Temáticos	-	20h/a	04h/a	24h/a
	06. Projeto Aplicado	09h/a	12h/a	03h/a	24h/a
II - Excelência Operacional em Concessionárias (78 h/a)	07. Finanças Corporativas (Trilha de Formação)	-	24h/a	06h/a	30h/a
	08. Matemática Financeira	09h/a	12h/a	03h/a	24h/a
	09. Gestão da Qualidade e Processos	-	20h/a	04h/a	24h/a
III - Gestão de Pessoas para Concessionárias (102 h/a)	10. Autoconhecimento e Trajetória Profissional	09h/a	12h/a	03h/a	24h/a
	11. Gestão de Times de Alta Performance (Trilha de Formação)	-	24h/a	06h/a	30h/a
	12. Comunicação Integrada	-	20h/a	04h/a	24h/a
	13. Alto Desempenho em Negociação	-	20h/a	04h/a	24h/a
IV - Cliente (102 h/a)	14. Experiência do Cliente (Trilha de Formação)	-	24h/a	06h/a	30h/a
	15. Administração de Vendas	09h/a	12h/a	03h/a	24h/a
	16. Formulação da Política Comercial	-	20h/a	04h/a	24h/a
	17. Planejamento de Vendas e Novos Negócios	-	20h/a	04h/a	24h/a
CARGA HORÁRIA TOTAL		45h/a	316h/a	71h/a	432h/a

EMENTA

MÓDULO I - Estratégia e Negócios para Concessionárias

DISCIPLINAS

01. Gestão Estratégica para Concessionárias (trilha de formação)

- Módulo 1 - Fundamentos do pensamento estratégico: Conceito de estratégia. Escolhas do pensamento estratégico. Estratégia corporativa. Estratégia de negócios.
- Módulo 2 - Referenciais estratégicos. Definição do negócio. Elaboração da visão de futuro. Missão: propósito de existência da organização. Valores da organização. Políticas da organização.
- Módulo 3 - Análise do ambiente externo. O macroambiente de negócios. Análise do ambiente externo: a identificação das tendências. Cenários, oportunidades e ameaças. A estrutura e as críticas do modelo das 5 forças competitivas.
- Módulo 4 - Análise do ambiente interno. O quadro geral da análise do ambiente interno. Recursos, capacidade e competências essenciais. Diagnóstico das forças e fraquezas, matriz SWOT e avaliação estratégica.
- Módulo 5 - Formulação da estratégia de negócios. Matriz ANSOFF. Estratégias genéricas de competição. O posicionamento estratégico. A abordagem da disciplina dos líderes de mercado. A cadeia de valor. Sistemas de atividade. A estratégia do oceano azul. Canvas. Estratégia de plataforma.
- Módulo 6 - Objetivos estratégicos. O quadro geral da análise do ambiente interno. Recursos, capacidade e competências essenciais. Diagnóstico das forças e fraquezas, matriz SWOT e avaliação.

02. Projetos e Metodologias Ágeis

Histórico e conceituação de projeto e gerenciamento de projetos. Relação entre estratégia e projetos. Ciclo de vida e grupos de processos de gerenciamento de projetos. Gerenciamento de portfólio e programas. Escritório de projetos. Estruturas organizacionais, os seus impactos em projetos e o seu gerenciamento. Papel do gerente de projeto e principais competências necessárias à sua atuação. Plano de gerenciamento do projeto: Canvas, PM Visual, Método Cascata e metodologias ágeis - Scrum.

03. Criatividade e Inovação

Reconhecimento, percepção e liberação da criatividade, a criatividade como fonte de prazer e como elemento de agregação de valor, solução de problemas racionais e resolução de problemas não racionais (heurísticos), criatividade nas organizações e na vida cotidiana, criatividade e sinergia em equipe, modelos e técnicas que favorecem o processo criativo e solução de problemas, a criatividade como um dos instrumentos no processo de inovação

04. Neurobusiness: Fundamentos, Performance e Resultado

- Módulo 1 – Fundamentos do neurobusiness. Erro de Descartes: o cérebro triuno: conceituação e desconstrução; inato ou aprendido, e disciplinas do neurobusiness: uma primeira aproximação.
- Módulo 2 – Percepção do mundo dos sentidos e percepção: heurísticas e nudge: arquitetura da escolha.
- Módulo 3 – Aplicações em business neuro economia: neuroarquitetura; neurovendas e neuroliderança.
- Módulo 4 – Autoconhecimento e performance ; neurobusiness e ética: plasticidade cerebral; criatividade e mindfulness: performance e qualidade de vida.

05. Seminários Temáticos

Temas sugeridos:

- | | |
|-----------------------------|---|
| (1) Estratégia de Negócios; | (4) Comunicação e Feedback; |
| (2) ESG; | (5) Mudança e Cultura Organizacional; |
| (3) Liderança Estratégica; | (6) Diversidade no Mercado de Trabalho. |

06. Projeto Aplicado

Elementos que envolvem a elaboração, a estruturação e a entrega do Projeto Aplicado. A proposta é a de que os projetos aplicados a serem desenvolvidos estejam no campo da estratégia, por exemplo: projetos sobre o planejamento estratégico da concessionária e sobre sua vantagem competitiva.

MÓDULO II - Excelência Operacional em Concessionárias

DISCIPLINAS

07. Finanças Corporativas (trilha de formação)

Fundamentos da Administração Financeira e Demonstrações Financeiras: Compreender as funções e os objetivos da administração financeira. Análise das Demonstrações Financeiras: Capacitar os alunos para a tomada de decisão com base na análise das principais demonstrações financeiros. Risco & Retorno: Compreender e aplicar a relação risco-retorno na precificação de ativos através do “CAPM”. Avaliação de Títulos: Capacitar os alunos para avaliar ações e títulos de dívida. Custo de Capital: Capacitar os alunos para calcular o “custo de capital”. Orçamento de Capital: Compreender os métodos de avaliação de projetos de investimento. Apresentação de alguns “estudos de caso”. Estrutura de Capital: Compreender as teorias de “estrutura ótima de capital”. Política de Dividendos: Compreender os modelos de “pagamento de dividendos”; Revisar e fixar os conceitos com auxílio de exercícios práticos. matriz SWOT e avaliação.

08. Matemática Financeira

Conceitos financeiros fundamentais. Juros simples e Juros Compostos. Tipos de taxas de Juros. Operações de desconto. Equivalência de taxas e capitais. Cálculo do valor presente e valor futuro. Série de pagamentos – Séries Uniformes Antecipadas, Postecipadas e Diferidas. Sistemas de amortização: Tabela Price e sistema de amortização constante. Método de análise de fluxos de caixa. Desconto racional composto e desconto comercial.

09. Gestão da Qualidade e Processos

A qualidade dos processos e da administração amplia as possibilidades de êxito no concorrido mundo corporativo. Sendo assim, o curso Gestão da Qualidade e Processos proporciona o conhecimento e a discussão de conceitos relacionados à gestão de qualidade que são essenciais quando da busca por excelência na gestão organizacional.



MÓDULO III - Gestão de Pessoas para Concessionárias

DISCIPLINAS

10. Autoconhecimento e Trajetória Profissional

- Módulo 1 - Transformações no mundo do trabalho: Mundo do trabalho ontem e hoje. Conceituando carreira e contrato psicológico. Carreiras ontem e hoje. Futuro do trabalho.
- Módulo 2 - Empregabilidade e gestão da carreira: Conceituando empregabilidade. Dimensões da empregabilidade. Competências da carreira. Processo de gestão da carreira.
- Módulo 3 - Ampliando o autoconhecimento: Personalidade e gestão da carreira. Valores pessoais e valores no trabalho. Âncoras de carreira. Adequação pessoa-ambiente.
- Módulo 4 - Sucesso, equilíbrio e bem-estar no trabalho: Sucesso na carreira. Equilíbrio entre vida pessoal e vida profissional. Estresse, burnout e qualidade de vida no trabalho. E a felicidade?

11. Gestão de Times de Alta Performance (trilha de formação)

Diferentes perspectivas do conceito de talento. Importância estratégica da atração, retenção e desenvolvimento de talentos. Gestão da singularidade. Formação e desenvolvimento de equipes. Equipes virtuais. Equipes autogerenciáveis. Empowerment. Redes colaborativas. Abordagens contemporâneas da gestão do desempenho. Espiral de times de alta performance. Ferramentas de alto impacto para formação de squads.

12. Comunicação Integrada

Processo de comunicação. Interferências nos resultados organizacionais. Restrições à compreensão da mensagem. Escuta consciente e confirmação de compreensão da mensagem. Assertividade. Comunicação com diferentes perfis comportamentais. Comunicação não violenta. Percepção de estados emocionais. Expressão corporal. Comunicação integrada organizacional: o que é, características e canais de comunicação.

13. Alto Desempenho em Negociação

Visão geral de negociação os princípios de negociação em vendas: Negociação em simulação a tridimensionalidade da negociação. A integração do processo de venda e negociação: O processo de vendas; Os pontos de superposição e os de complementação. Necessidades, desejos e componentes negociáveis. Dimensão competitiva: Comportamentos de negociação; Gerenciando a dinâmica; Comportamentos de interesse próprio; Exercícios; Táticas de negociação e contramedidas. Dimensão cooperativa: O relacionamento como equilíbrio. Planificadores de negociação em vendas. Guia do planificador.



MÓDULO IV - Cliente

DISCIPLINAS

14. Experiência do Cliente (trilha de formação)

Compreender os fundamentos da experiência do consumidor e identificar a importância do desenho estratégico da Experiência do Cliente na perspectiva de interação omnicanal é fundamental para os atuais gestores. Para se aprender os princípios que melhoram a Experiência do Cliente e garantir o entendimento profundo dos pilares conceituais que diferenciam a gestão de experiência frente outras iniciativas de Marketing, este curso utiliza CASOS EMPRESARIAIS para o debate de alternativas no contexto brasileiro, norteando a temática da Experiência do Cliente.

15. Administração de Vendas

Implementação das estratégias de vendas. Planejamento e gestão da força de vendas. Política de remuneração. Supervisão de vendas. Gestão de conflitos, controles e métricas de vendas.

16. Formulação da Política Comercial

Elementos essenciais da política comercial. Formulação da política comercial. Suposições, metas e atividades de vendas. Canais de comercialização, tamanho e estrutura da força de vendas. Serviços complementares. Relacionamento com clientes. Programas de endomarketing. Políticas de recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento e administração de vendas. Remuneração. Avaliação do desempenho. Política de preços. Orçamento e controle. Análise e avaliação de vendas.

17. Planejamento de Vendas e Novos Negócios

Interseção entre estratégia da empresa e vendas. Decisões estratégicas do Plano de Vendas. Decisões táticas do Plano de Vendas.



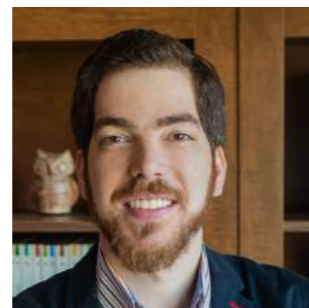
ESPECIALISTAS FGV



JOÃO LINS

Coordenação
Geral

Professor da FGV, na Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV/EAESP) e Diretor Executivo do FGV In Company, com mais de 25 anos de experiência executiva e de consultoria. Graduado em Administração de Empresas pela USP, Mestre em Organização e Recursos Humanos na FGV EAESP; Doutor em Administração de Empresas na FGV EAESP com especializações na York University (Toronto), Harvard Kennedy School of Government e INSEAD.



MARCELLO ROMANI

Coordenação
Acadêmica

Doutor em Administração de Empresas pela Fundação Getulio Vargas (EAESP/FGV) com Estágio Doutoral no MIT (USA). Concluiu Pós-Doutorado na Bentley University (USA), Licenciatura em Filosofia na Universidade Presbiteriana Mackenzie, Mestrado em Administração na FEI e Bacharelado em Administração na ESPM. Atua como coordenador em programas executivos da FGV e como consultor na área de planejamento estratégico e liderança.

PARCEIROS



ANTONIO MACIEL

Parceiro
Técnico

Foi eleito 8 vezes o Executivo do Ano pelo jornal Valor Econômico em 2002, 2003, 2004 e 2005 - Setor Automobilístico e nos anos de 2007, 2008, 2010 e 2011 - Setor Papel e Celulose. Foi considerado Personalidade do Ano em 2002 e 2005 - Setor Automobilístico. Liderou empresas como Cecrisa, Grupo Itamarati, Ford, Suzano Papel e Celulose e Caoa Hyundai. Fez parte do Conselho de Administração de diversas empresas no Brasil e no exterior como a multinacional ADM (Archer Daniels Midland) e o Grupo Marfrig, posição que mantém até hoje.



AMANDA SOBRAL

Responsável
pela parceria

Coordenadora de Treinamentos na Universidade Fenabreve. Com mais de 12 anos de experiência na FENABRAVE Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores, é dedicada ao treinamento e desenvolvimento de profissionais do setor de distribuição automotiva. É Bacharel em Publicidade, possui pós graduação em Gestão Estratégica em Educação a Distância e é certificada como PRACTITIONER SOAR, uma importante ferramenta de análise comportamental

INVESTIMENTO por colaborador

À vista

R\$ 27.370,00

Parcelado

R\$ 29.700,00

18 x de R\$ 1.650,00



*APROVEITAMENTO DE DISCIPLINA

Para os casos onde será possível solicitar aproveitamento de disciplina dos cursos que compõem o Programa de Formação para Gestão de Concessionárias, será concedido o desconto de R\$ 1.650,00 por disciplina. É necessário que o aluno tenha sido aprovado na mesma para realização do aproveitamento.

A solicitação deve ser realizada no ato da inscrição e será avaliada pela coordenação acadêmica e secretaria.



Inscriva-se

Fale conosco
cursos.empresas@fgv.br



ACADEMIA **CEO**

 **FGV IN COMPANY**