



# B.I. International

Conhecimento • Inovação • Empreendedorismo

**MBA**  
INTERNACIONAL

**GESTÃO DE EMPRESAS E NEGÓCIOS  
PARA JOVENS TALENTOS**

**Complementação Acordada (EUA):**

**Berkeley**  
University of California

 **COLUMBIA UNIVERSITY**  
IN THE CITY OF NEW YORK



## ➤ Propostas e Objetivos

O MBA é estruturado com base nos modelos de MBA das principais business schools mundiais, associado à expertise do B.I. International, uma das maiores instituições na formação de executivos no Brasil.

O programa visa formar principalmente sob a ótica da inovação e do intraempreendedorismo, o jovem para competir globalmente como executivo e ou intraempreendedor em uma proposta que mescla o conteúdo e a experiência prática de professores do Brasil, Austrália, China e EUA.

## ➤ Diferenciais

- Excelência na formação de executivos no exterior (mais de 5.000 alunos no exterior), tanto em conceito e conteúdo de formação, quanto no atendimento logístico, através de uma agência exclusiva de viagens
- Elimina até 50% das disciplinas (conforme análise de equivalência e desempenho pela coordenação acadêmica) de um Executive MBA (E-MBA) do BI International
- Permite acesso a módulos internacionais (TRADUÇÃO SIMULTÂNEA):
  - a. Columbia – Nova Iorque – EUA
  - b. Berkeley – São Francisco/Califórnia – EUA
- Condição de Investimento totalmente acessível

## ➤ Público-alvo

Jovens com idade entre 18 e 26 anos, agentes naturais de mudança, em início de carreira, dispostos a transformar sua atitude diferenciada e motivadora em uma carreira executiva e/ou intraempreendedora no mercado brasileiro e mundial e que estejam engajados a transformar o país em uma economia forte, desenvolvida, responsável socialmente e sustentável.

## ➤ Intra-Empreendedorismo

O conceito de intraempreendedorismo provém da capacidade do profissional em gerar soluções inovadoras no processo interno da empresa. A proposta do MBA do B.I. International é formar profissionais que tenham atitude para propor novas ideias e gerar resultados para as empresas em que trabalham, por conta própria, sem que necessite serem cobrados por seus superiores.

## ➤ Conteúdo Programático

### 1. Desenvolvimento Estratégico da Gestão de Pessoas e de Carreiras Globais

A comunicação; A vida num ambiente organizacional; Aprendendo a entender a cultura organizacional; Auto-realização no trabalho; Desenvolvimento de Equipes; Frustração; Gerenciando competências e talentos; Liderança – O que é; Motivação; Mudanças comportamentais; O ser humano e a sociedade; Plano de Desenvolvimento Individual; Talentos – como reter.

**Objetivo:** Estimular o debate entre os participantes em relação à convivência com seus superiores hierárquicos e com seus iguais na empresa e, por que não, consigo mesmo. Quais são as mudanças que devem ocorrer para que sua carreira se torne global.



## **2. Técnicas de Negociação e Apresentação**

A importância da comunicação nas negociações (Etapas do processo Lógico); Barreiras na comunicação; Linguagem Corporal – Aprendendo a decifrá-la e utilizá-la a seu favor; Negociar com pessoas de estilos diferentes; Processo Negocial - Passo a passo; Técnicas de apresentação: conteúdo, forma e níveis de influência; Teoria dos Estilos- como melhorar sua argumentação.

**Objetivo:** Proporcionar as informações e ferramentas necessárias para negociar e apresentar suas ideias.

## **3. Direito Empresarial**

As relações de consumo; As relações trabalhistas – aspectos principais; Aspectos principais do Direito Ambiental; Contratos; Tributação no Brasil; Direito Natural e Direito Objetivo; O Direito Empresarial – principais figuras.

**Objetivo:** Conscientizar e conceituar as relações jurídicas existentes no ambiente empresarial, tanto no campo das relações de consumo, contratuais, tributárias, trabalhistas e ambientais.

## **4. O sistema Econômico Global - Implicações Internas e Externas**

Balanco de Pagamentos; Conceitos de PIB e PNB; Crescimento e inflação; Determinação da taxa de juros; Elasticidade; Finanças Públicas; Integração Econômica Mundial; Mercado – Equilíbrio e determinação de preços; Metas de inflação; Oferta de moeda e o multiplicador monetário; Oferta e demanda; Organismos Internacionais; Política Cambial; Política de comércio internacional, economias de escala e concorrência imperfeita, instrumentos e usos da política comercial; Política Fiscal; Política Monetária; Poupança; Relações entre Microeconômica e Macroeconomia; Sistema monetário internacional.

**Objetivo:** Fornecer as conexões existentes entre todo o sistema econômico mundial, suas implicações nas relações comerciais internas e externas.

## **5. Ética e Sustentabilidade**

Ação ética, criatividade e transformação; Códigos e credibilidade; Conceito de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável; Dimensões da sustentabilidade; Ética, Lei e Moral; Indicadores de sustentabilidade empresarial; Limites e ameaças ao desenvolvimento sustentável (e à sobrevivência humana); O Bem Comum; Os cinco capitais para a sustentabilidade empresarial; Responsabilidade social/empresarial; Sustentabilidade empresarial - Os níveis ou dimensões da sustentabilidade empresarial; Valores Humanos Universais; Valores Relativos.

**Objetivo:** Fomentar a discussão em relação às atitudes (éticas) esperadas de nossos empresários, políticos, cidadãos, enfim, de todos os brasileiros e como isso impacta a sustentabilidade das empresas.

## 6. Sistema Produtivo (Bens e Serviços)

Ciclo do produto X Ciclo do processo; Custos e eficiência; Gestão da rede de suprimentos; Estratégia de Produção de bens e serviços; Fundamentos da competitividade no chão-de-fábrica; Gestão da Qualidade das atividades de linha de frente e de retaguarda – etapas para implantação do GQT; Indicadores de Desempenho; Just-in-time; Características e elementos dos serviços; Melhoria da Produção; O mercado e as diferentes estruturas de produção; Objetivos da Produção; Os Desperdícios da Produção; Os enfoques das tecnologias de gestão; Produção "empurrada" X Produção "puxada".

**Objetivo:** Prover conhecimento na área da produção de bens e serviços, com foco no aumento da produtividade e da qualidade.

## 7. Princípios da Gestão da Inovação

A inovação como fonte na busca de vantagens competitivas; A necessidade de inovar; Ambiente inovador; Bloqueios à inovação; Conceitos de inovação; Fontes de inovação; Imitação e inovação; Invenção e inovação; Mudança organizacional voltada para a inovação: criatividade, capacitação, inovação e aprendizagem; Objetivos da gestão da inovação; Riscos da inovação; Tipos/Modelos de inovação.

**Objetivo:** Preparar o aluno para atuar num ambiente inovador onde a criatividade e a mudança são constantes e necessárias para a crescimento da empresa e para a obtenção de vantagens competitivas.

## 8. Contabilidade, Orçamento, Custos e Governança Corporativa

Análise das Demonstrações Contábeis – cálculo de índices de endividamento, liquidez e rentabilidade; As práticas contábeis de Governança Corporativa; Códigos de Governança Corporativa; Conceito de Orçamento; Conceitos de Governança Corporativa; Conceitos fundamentais e métodos de custeio; Consolidação do Orçamento: Balanço Projetado, Resultado Projetado, Fluxo-de-Caixa Projetado; Custo integrado e coordenado com a contabilidade financeira; Custo no conceito de gestão econômica (resultado econômico); Custos para análise e formação de preços de venda; Demonstrações Contábeis (Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, Demonstração dos Fluxos de Caixa, Demonstração do Valor Adicionado); Elaboração do Orçamento nas Diversas Áreas: Orçamento de Vendas, Produção Operacional, Despesas Operacionais; Finalidade do Orçamento; Implantação do Sistema Orçamentário; Informações contábeis e custo de capital; Lei Sarbanes-Oxley(SOx); Mecanismos Orçamentários; Normas internacionais de governança corporativa; Princípios fundamentais da contabilidade; Relações custos-volume-lucro; Risco e Controles Internos; Transparência, qualidade e divulgação de informações contábeis.

**Objetivo:** Dotar o participante de conhecimentos contábeis/financeiros necessários para tomada eficaz de decisões.

## 9. Corporate Finance – Advanced

Avaliação de Empresas e Projetos - Conceitos fundamentais; Conceitos de equivalência e fluxo de caixa; Critérios para análise de projetos: VPL - Valor Presente Líquido, TIR - Taxa Interna de Retorno, Pay-Back (simples e descontado); Descontos - simples e compostos; Empréstimos – tipos de amortização; Fluxo de caixa e Capital de giro; Índice de lucratividade líquida; Fontes de financiamento (internas e externas); Introdução aos Métodos Quantitativos; Juros – simples e compostos; Métricas existentes e suas aplicações; Ponto de equilíbrio; Taxa de atratividade (custo de oportunidade); Taxas de juros (reais, efetivas e equivalentes); Taxas de Risco e Retorno - Beta e o modelo CAPM, CMPC; Uma visão geral de finanças;

**Objetivo:** Prover conhecimentos estatísticos e financeiros para acompanhamento dos negócios bem como para tomada de decisão.

## 10. Gestão de Projetos Inovadores

Principais características dos projetos; Ambiente e organização dos projetos; Ciclo de vida em projetos; Como identificar os recursos necessários ao desenvolvimento de um projeto inovador na rede de valor da empresa; Estabelecer as ações para reter o conhecimento gerado no projeto; Execução e controle de projetos; Formação de equipes adequadas ao projeto; Gerenciamento de Escopo, Tempo, Qualidade, Custo, Comunicação, e Risco; Planejamento do projeto e suas ferramentas; PMI - áreas do conhecimento; Projetos - Processos e fases.

**Objetivo:** Disseminar as melhores práticas de gerenciamento de projetos e sua importância no desenvolvimento/consolidação da empresa.

## 11. Logística Empresarial

A infraestrutura logística brasileira; Análise conceitual da função logística; *Benchmarking* de processos logísticos; Estágio atual de desenvolvimento da Logística Empresarial (logística integrada, operadores logísticos, tecnologias de informação/comunicação, *cross-docking*, *transit point*, logística reversa, etc); Logística empresarial e vantagem competitiva; Práticas atuais na gestão da cadeia de suprimentos: as organizações líderes.

**Objetivo:** Expor de forma clara e eficaz das principais ferramentas logística da atualidade. O uso da logística para obtenção de vantagens competitivas e de alinhamento com a estratégia da empresa.

## 12. T.I como ferramenta Estratégica

Alinhamento da tecnologia da informação com a estratégia dos negócios da empresa; Conceitos de *Business Intelligence* / *Data Warehouse* / *Datamining* / *Datamart*; Conceitos técnicos e administrativos de sistemas de informação; *Dashboards*; *Scorecards* e aplicações analíticas; Indicadores para aplicação organizacional; Principais conceitos da tecnologia da informação e sua relação com as aplicações empresariais no uso de sistemas de informação para os processos operacionais, gerenciais em busca de a vantagens competitivas.

**Objetivo:** Preparar o participante para obter o melhor resultado da tecnologia da informação, transformando-a numa ferramenta alavancadora de negócios e de crescimento.

### **13. Prospecção de Negócios e Análise de Oportunidades**

Avaliação de idéias de negócios/oportunidades; Identificação de oportunidades de negócios; Mercados (Consumidores, Produtores, Intermediários e Governamentais); Prospecção e análise de Informações do Mercado; Seleção de ideias (Macrofiltragem e Microfiltragem).

**Objetivo:** Ampliar a visão do participante em relação as possibilidades de negócios e capacitar a análise crítica de oportunidades.

### **14. Marketing e Planejamento Estratégico**

A cadeia de valor; A interface do marketing com a estratégia da empresa; Ambiente de marketing; Mercado; Análise de Cenários e identificação de oportunidades; Composto de marketing: definição e gerência; Noções de marketing de serviços; Desenvolvimento de produto e diferenciação, Preço, Praça, Promoção; Concorrência; Consumidores e seus comportamentos; Construção de relacionamento; Criação de valor para o consumidor; Cronograma do Programa; Definição de Visão, Missão, Negócio; Estratégias de marketing; Ferramentas de implantação Inteligência de Marketing; Matriz BCG e Modelo de Porter; Noções fundamentais do marketing e seus conceitos básicos e atuais; Orçamentos do Programa; Padrões para desempenho - formulação de objetivos e metas; Implantação do Planejamento Estratégico; Pesquisa de Marketing; Segmentação, Público-Alvo e Posicionamento; Programas de Marketing;

**Objetivo:** Prover conhecimentos e ferramentas de marketing e planejamento estratégico num alinhamento total entre a empresa, o mercado e demais *stakeholders*.

### **MÓDULOS INTERNACIONAIS**



COLUMBIA – Finanças Internacionais;



BERKELEY – Novas abordagens de inovação global e gerencial.



## ➤ INFORMAÇÕES ADICIONAIS

**CORPO DOCENTE** é formado por professores, empresários e consultores, brasileiros e estrangeiros, com forte formação acadêmica nacional e internacional, além de serem renomados profissionais em suas áreas de atuação.

**REALIZAÇÃO** As aulas no Brasil serão prioritariamente quinzenais.

### DOCUMENTOS E CONDIÇÕES

- ❖ Ficha de Inscrição padronizada;
- ❖ Cópia autenticada do Diploma de Nível Superior e respectivo Histórico Escolar;
- ❖ Cópia da Carteira de Identidade e CPF;
- ❖ Curriculum Vitae;
- ❖ Taxa de inscrição – R\$ 80,00

**SELEÇÃO:** Através de avaliação curricular, entrevistas com a coordenação do programa e por uma dissertação

### TRADUÇÃO SIMULTÂNEA E SUPORTE LOGÍSTICO NAS VIAGENS

Os módulos internacionais realizados no Brasil e EUA contarão com tradução simultânea e acompanhamento de coordenação brasileira. O B.I. International oferece suporte em toda logística e preparação de documentos para viagens internacionais e nacionais, através de uma agência de viagens e equipe especializada.

**REGULAMENTO:** O Programa tem suas normas de funcionamento consolidadas no Regulamento Geral dos Cursos.

**RESOLUÇÃO DO MEC:** O programa atende aos requisitos da Resolução CNE / CES nº 01, de 08 de junho de 2007.

Av. das Nações Unidas, 12.551 - 6º. andar WTC - Business Tower / São Paulo

**+ 55 (11) 3014-1000**

(2ª a 6ª de 8h00 às 20h00)

[infosp@biinternational.com.br](mailto:infosp@biinternational.com.br)