

Matriz Curricular

Mini MBA em Formação Executiva

Disciplina	CH	Ementa
<p>Fundamentos de Gestão e Empreendedorismo</p> <p><i>(Opção 1: Jogos de Gestão: Economia para a Gestão e Finanças Empresariais)</i></p> <p><i>Professor:</i> <i>Jorge Troper (UNIT)</i></p>	10h	<p>Fornecer noções básicas de economia aplicadas à prática empresarial. Compreender as forças da oferta e demanda, elasticidades e estruturas de mercado. Compreender basicamente como as políticas fiscais e monetárias podem impactar o ambiente econômico. Comentar basicamente as diferentes políticas cambiais. Em finanças empresariais, o objetivo é discutir pontos básicos sobre o valor do dinheiro no tempo, a importante relação risco x retorno e alguns indicadores financeiros importantes para tomadas de decisão gerenciais. Diferenciar os resultados obtidos através dos inputs na estratégia de gestão de pessoas. Compreender e aplicar diferenciadas ferramentas que agilizam o resultado da organização através das pessoas.</p>
<p>Fundamentos de Gestão e Empreendedorismo</p> <p><i>(Opção 2: Organização e gestão de empresas orientada ao empreendedorismo)</i></p> <p><i>Professor:</i> <i>Ana K. Salazar (UFP)</i></p>	10h	<p>Apresentar a estrutura e componentes de um plano de negócio. Apresentar ferramentas de análise estratégica relevantes para o desenvolvimento fundamentado de um plano de negócios. Demonstrar a importância da pesquisa de mercado e da análise da informação para a definição dos objetivos, estratégia, segmentação e posicionamento e marketing-mix de um plano de negócios. Apresentar ferramentas para a tomada de decisão e avaliação de projetos de investimento. Fazer a aplicação das ferramentas, modelos e tópicos abordados, através do desenvolvimento do draft de um plano de negócio adaptado a cada participante/empresa, numa perspectiva de empreendedorismo.</p>
<p>Marketing</p> <p><i>(Opção 1: Marketing, Publicidade e Mercado)</i></p> <p><i>Professores:</i> <i>Francisco Mesquita (UFP)</i> <i>Paulo Ribeiro Cardoso (UFP)</i></p>	10h	<p>Promover os conhecimentos fundamentais sobre o Marketing, a Publicidade e o Mercado, aplicados à realidade empresarial. Fomentar a capacidade de resolução de problemas em contexto empresarial nas áreas relacionadas com o Marketing, a Publicidade e o Mercado. Promover a capacidade para integrar conhecimentos, lidar com questões complexas e desenvolver soluções nas áreas do Marketing, da</p>

		Publicidade e do Mercado. Fomentar competências que permitam uma aprendizagem ao longo da vida, de um modo autônomo nas áreas do Marketing, da Publicidade e do Mercado. Fomentar competências no sentido de aprofundar o conhecimento e a prática das linguagens visuais na comunicação.
Marketing <i>(Opção 2: Marketing de Serviços)</i> <i>Professor:</i> <i>Carlos Schuler (UNIT)</i>	10h	Apresentar criticamente o Marketing de Serviços, de forma que, concluído o módulo, o aluno possa: Reconhecer as diferenças e as afinidades entre o Marketing em geral e o Marketing de Serviços, em particular. Tomar conhecimento da situação atual do desenvolvimento teórico do Marketing de Serviço. Ser capaz de adaptar modelos desenvolvidos às realidades do setor de serviços. Ter a base teórica para empreender estudos acadêmicos na áreas de conhecimento abordadas pela disciplina.
Research <i>(Opção 1: Análise de Dados para Tomada de Decisão)</i> <i>Professor:</i> <i>Edgard Leonardo (UNIT)</i>	10h	Introduzir o aluno às diversas formas e metodologias para a tomada de decisão em situações com dados e/ou com modelos.
Research <i>(Opção 2: Pesquisa de Mercado)</i> <i>Professor:</i> <i>Paulo Ramos (UFP)</i>	10h	O módulo de Pesquisa de Mercado tem como objeto central o estudo dos instrumentos de pesquisa e análise da dos mercados e do comportamento dos consumidores. Para além disso tem os seguintes objetivos: Compreender a importância do estudo do mercado e do comportamento dos consumidores para a gestão e o marketing. Observação científica de fenómenos sociais e comportamentais. Definir problemas de investigação. Domínio dos principais instrumentos de recolha. Tratamento e análise quantitativa de dados.
Comunicação <i>(Opção 1: Comunicação emocional)</i> <i>Professores:</i> <i>Andreia Galhardo (UFP)</i> <i>Nadine Rombert Trigo (UFP)</i>	10h	Fornecer bases teóricas e conceptuais que permitam enquadrar a importância dos fatores emocionais para a compreensão do comportamento humano. Compreender a importância do estabelecimento de vínculos emocionais entre o consumidor e o produto/marca através dos 5 sentidos. Saber aperfeiçoar as qualidades sensíveis dos espaços de venda. Compreender estratégias

		para fazer da experiência de compra um momento emocional e prazeroso.
<p>Comunicação</p> <p><i>(Opção 2: Comunicação Empresarial e Assessoria de Imprensa)</i></p> <p><i>Professor:</i> <i>Sofia Gaio (UFP)</i></p>	10h	Compreender a importância estratégica da comunicação para o sucesso comercial e organizacional. Distinguir diferentes tipos de comunicação empresarial. Desenvolver processos de diagnóstico e planejamento estratégico no âmbito da comunicação. Aplicar os conhecimentos e utilizar as diferentes áreas da comunicação empresarial ao serviço da promoção e desenvolvimento institucional. Fazer uma gestão operacional da assessoria de imprensa.
<p>Recursos Humanos</p> <p><i>(Opção 1: Gestão de Pessoas em metodologias ágeis)</i></p> <p><i>Professor:</i> <i>Julio Pascoal (UNIT)</i></p>	10h	Atender às novas exigências e inovações das práticas em gestão de pessoas. Em um cenário de constantes mudanças, a capacidade de atuar de forma colaborativa e a criatividade são diferenciais competitivos para as pessoas e as organizações. Para atender a demandas do mundo contemporâneo, estabelecer um diálogo entre o conhecimento científico das modernas abordagens de gestão de pessoas, os interesses estratégicos das organizações e a necessidade de uma gestão humanística, se faz necessário a valorização do autodesenvolvimento dos profissionais envolvidos.
<p>Recursos Humanos</p> <p><i>(Opção 2: Liderança e Gestão de Conflitos)</i></p> <p><i>Professor:</i> <i>Pedro Cunha (UFP)</i></p>	10h	Desenvolver competências comportamentais para a obtenção de resultados positivos na gestão de conflitos, nomeadamente no processamento de informação e na tomada de decisões, procurando-se que os participantes possam alcançar acordos mais eficazes na sua atividade profissional; Desenvolver competências emocionais na gestão de conflitos e na liderança de equipes; Promover competências cognitivas na gestão de conflitos e na liderança; Incrementar a racionalidade de decisão na resolução de conflitos e no exercício da liderança.
<p>Digital</p> <p><i>(Opção 1: Ferramentas Digitais)</i></p> <p><i>Professor:</i> <i>A definir</i></p>	10h	Apresentar os principais conceitos digitais e seus impactos no comportamento do consumidor, e assim aumentar a relevância da sua marca com o uso de ferramentas digitais.

Digital (Opção 2: Inovação e Estratégia Digital) Professor: Joebson Oliveira (UNIT)	10h	Apresentar aos profissionais as novas tecnologias com foco na inovação, desenvolvendo estratégias eficientes por meio do aprendizado de conceitos disruptivos.
Immersive Weekend	10h	Fim de semana com 10h de sessões online síncronas com atividades de grupo UFP/UNIT e troca de experiências entre formandos.

Coordenação		
Nome:	Mini currículo	Contato
Gleudson Junior	Mestre em Ciência da Computação pelo CIn-UFPE. É especialista em Segurança em Redes e Sistemas e Graduado em Redes de Computadores. Atualmente é Sócio Fundador da BlackBelt IT Solutions. Atua também como Gestor Acadêmico em Cursos de Graduação e Pós-graduação, além de Professor no Centro Universitário Tiradentes (UNIT-PE).	e-mail: gleudson_pinheiro@pe.unit.br Telefone: +55 (81) 9.9652-7732

Corpo Docente		
Nome:	Titulação	Origem
Jorge Troper	Administrador de Empresas (FCAP/UPE), MBA Executivo Internacional em Gestão de Empresas (FGV) – com módulo internacional na Ohio University (USA). É mestre em Ciência Política e Relações Internacionais: segurança e defesa, pelo Instituto de Estudos Políticos da Universidade Católica Portuguesa – Lisboa. Master in Finance também pela Universidade Católica Portuguesa. Foi Professor de Economia e Relações Internacionais e Coordenador de Graduação, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão da Faculdade Santa Helena (Recife). Foi Professor da disciplina Processo Decisório na Universidade de Pernambuco (FCAP). Coordenou o Citybs/IBMEC em Recife – por cerca de dois anos – e foi Professor de Estratégia e	

	<p>Ambiente Macroeconômico dos programas de MBA do IBMEC. Atuou como consultor e assessor econômico da Direção e Board da BDM Eng e Consultoria em Luanda, Angola, onde desenvolveu projetos de estratégia e avaliação econômica em diversos setores em países da África Subsaariana. Atualmente é consultor da Qualimétrica Consultoria Económica Empresarial em Lisboa, Portugal.</p>	
<p>Ana K. Salazar</p>	<p>Consultora de Empresas (desde 1994). Sócia-gerente da KS Consulting: Estudos de Mercado; Qualidade, Satisfação e Fidelização; Planejamento Estratégico e de Marketing. Sócia-gerente da KS Lda. Professora Auxiliar Convidada da Universidade Católica Portuguesa. Coordenadora de estudos e projetos do IPDT (2007/2012). Diretora de departamento de produção (1991/1992). Gestora de Produto (1993/1994). Doutorada em Gestão (ISCTE); Mestre em Gestão de Empresas e MBA (PBS). Autora de publicações em revistas científicas nacionais e internacionais e capítulos de livros. Membro do Barómetro da Academia do Turismo do IPDT. Gestora de Projetos (PMI). Revisora científica da EMAC (European Marketing Academy). Membro da Rede de Mentores Regional de Business Angels (Projeto Tâmega e Sousa Empreendedor).</p>	
<p>Francisco Mesquita</p>	<p>Professor de Publicidade e Design na Universidade Fernando Pessoa e coordenador da Pós-Graduação em Marketing, Publicidade e Design para PME's. Pós-doutorado pela Escola de Comunicações e Arte, da Universidade de São Paulo (São Paulo, Brasil) e Doutorado pela Universidade do Minho, tem desenvolvido trabalho de investigação sobre publicidade exterior, cartaz e moda sustentável, no âmbito da qual tem vários livros e artigos científicos publicados. Foi vice-coordenador do GT de Publicidade da Sopcom. Desenvolve a atividade de publicidade e designer gráfico e é o responsável pela editora Adverte. Participa com regularidade em exposições de artes plásticas, utilizando pigmentos "inteligentes" no seu trabalho.</p>	

Carlos Schuler	Graduado em Publicidade (UFPE) e Administração de Empresas (SOPECE). Pós-graduado em Marketing Estratégico (SOPECE) e Mestre em Gestão Estratégica (UFPE). Sócio-diretor da agência Aveloz Criativa. Professor em IES on-line e presencial, nas áreas de gestão, pessoas, empreendedorismo, comunicação, administração e oratória. Sócio da empresa Metro Quadrado.	
Edgard Leonardo	Bacharel em Ciências Econômicas pela UFPE; Mestre em Administração pela UFPE; Pós-graduado em Administração com Ênfase em Marketing pela UFRPE; Especialista em Comércio Exterior pela UFRPE; Analista Comportamental DISC / ALAC – Academia Latino Americana de Coach; Especialista em Estudos Prospectivos e Desenvolvimento Econômico da América Latina e Caribe, pelo ILPES / CEPAL – Nações Unidas. Com experiência em gestão de empresas privadas e professor em cursos de graduação e pós-graduação de diversas instituições de ensino superior, empreendedor e professor avaliador institucional do INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira / MEC.	
Paulo Ramos	Doutorado em Ciências Empresariais, Ramo Marketing e Estratégia na Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Master of Science in Marketing pela Cranfield University, UK, Licenciado em Relações Internacionais pela Universidade do Minho. Professor auxiliar na Universidade Fernando Pessoa e na Universidade Lusíada. Professor convidado em mestrados e Pós-Graduações na UCP/ESB e FCUP. Consultor de empresas para as áreas de Estudos de Mercado, Gestão estratégica e Marketing. Gestor e sócio de empresas do sector vitivinícola e educação e consultoria. Investigador no CBQF/UCP. Member of the editorial board do Journal of Organizational Studies and Innovation da Management and Business Academy, UK. Reviewer no International Journal of Wine Business Research.	

Andreia Galhardo	É natural de Angola, onde viveu 2 anos, e dividiu os demais entre Bragança e Porto, Portugal. Foi nesta última cidade que desenvolveu os seus estudos académicos, na Universidade Fernando Pessoa. As Ciências da Comunicação foram o seu foco de interesse, mormente a publicidade, na licenciatura, mestrado e doutoramento. Já mais recentemente, o turismo e a internet juntaram-se aos interesses de pesquisa e levaram-na até Cabo Verde para realizar os seus trabalhos de Pós-Doutoramento. Investigações à parte, a docência é a sua profissão, que desempenha na Universidade Fernando Pessoa.	
Sofia Gaio	Professora Auxiliar na UFP. Doutoramento em Gestão Industrial. Mestrado em Ciências da Comunicação. Licenciatura em Relações Públicas. Executive MBA. Perita externa da Agência da Ciência e Ensino Superior da Croácia, da Agência Nacional da República da Eslovênia para a Garantia da Qualidade no Ensino Superior e da Agência Nacional da Letónia para a Qualidade no Ensino. Tem ampla experiência de trabalho em agências de comunicação internacionais que constam nos primeiros 50 lugares no Ranking Holmes Report das maiores agências do mundo contando com clientes nos setores da aviação, energia, ouro, I & D, confederações empresariais, agências de investimento, online betting, partidos políticos e câmaras municipais. Partner da Kreab Worldwide. Project Manager da First Five Consulting. Membro do grupo de trabalho da APECOM para a legislação do lobbying em Portugal.	
Julio Pascoal	Palestrante. Treinador Internacional. Especialista em Comunicação e Comportamento Humano.	
Pedro Cunha	Professor Associado com Agregação na UFP e convidado na Porto Business School (Universidade do Porto). Pós-doutorado e Doutor em Psicologia pela Universidade de Santiago de Compostela. Licenciado e Mestre em Psicologia Clínica e da Saúde pela Universidade Católica. Licenciado em Sociologia pela Universidade do Porto. Certificado de Mediador de Conflitos e Mediador Familiar. Autor de “Conflito e	

	<p>Negociação” (2008) e co-autor de “Manual de Gestão Construtiva de Conflitos (2016) e “Gestão de Conflitos na Escola (2018). Co-coordenador de “Gestão de Conflitos na Saúde” (no prelo) e “Gestão de Conflitos na Família” (2019). Desde há cerca de 20 anos que os seus interesses profissionais e de investigação são prioritariamente na gestão de conflitos, negociação e mediação. Tem publicado em revistas nacionais e estrangeiras e em livros da especialidade.</p>	
<p>Joebson Oliveira</p>	<p>Bacharel em Administração com MBA em Gestão empresarial e formado em cinema. Especialista com mais de 15 anos de experiência nas áreas de Treinamento e Desenvolvimento, Gestão Comercial, Marketing e Gestão de Projetos, com passagens estratégicas por empresas Multinacionais e Nacionais de grande porte. Vivências também como Consultor organizacional com atuação internacional.</p>	