



PÓS-GRADUAÇÃO – NÍVEL DE EXTENSÃO - EM GESTÃO
COMERCIAL - PRESENCIAL



Prezado (a) Sr. (a.),

Agradecemos seu interesse em nossos programas de ensino e lhe cumprimentamos pela iniciativa de buscar o seu aperfeiçoamento profissional.

Você está recebendo o programa da **Pós-graduação – Nível de Extensão - em Gestão Comercial** da Escola de Negócios e Seguros. Nele você encontrará todas as informações sobre o curso e outros detalhes, como período de realização, horário, local e procedimentos para efetivação de sua matrícula. O valor do investimento encontra-se em um anexo específico.

Na oportunidade, gostaríamos de ressaltar que o pré-requisito para os Cursos de pós-graduação, em nível de extensão, da Escola de Negócios e Seguros é o ensino superior completo, e em casos especiais, consideraremos o notório saber do candidato que eventualmente não possua nível superior. Estes casos particulares deverão ser alvo de avaliação curricular pela coordenação do curso.

As inscrições devem ser realizadas através do nosso site e a nossa equipe dará prosseguimento às atividades necessárias de confirmação de matrícula.

Atenciosamente,

DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR

APRESENTAÇÃO DO CURSO

A ESCOLA DE NEGÓCIOS E SEGUROS

Fundada em 1971, a Escola de Negócios e Seguros (ENS) tem a missão de promover uma educação transformadora, por meio de programas de excelência, que contribuam para o desenvolvimento de profissionais capacitados a atuar em diversas áreas de negócios, além de estimular e disseminar a cultura de seguros. Atuando dentro do modelo da educação continuada, a Instituição atende às necessidades dos profissionais brasileiros, ajudando-os a enfrentar um mercado com forte competitividade.

Desde a sua criação, a ENS vem contribuindo com o desenvolvimento da indústria do seguro ao oferecer programas educacionais, apoiar pesquisas técnicas, publicar vasta gama de títulos e promover eventos. Nesse período, também vem se notabilizando pela troca de experiências com instituições de ensino do Brasil e exterior, ao estabelecer convênios de cooperação técnica.

Em 2005, obteve parecer favorável do Ministério da Educação – MEC para ministrar, no Rio de Janeiro, o Bacharelado em Administração de Empresas com Linha de Formação em Seguros e Previdência, o primeiro do País com essas características. Assim, a ENS confirmou seu comprometimento com a alta qualificação de profissionais para um setor que vem se tornando cada vez mais complexo.

Presente em mais de 60 localidades de todas as regiões do Brasil, por meio da atuação de duas coordenações regionais (Rio de Janeiro e São Paulo) e de parcerias com outras instituições, a ENS atende a mais de 25 mil alunos e participantes por ano, em cursos e outros programas educacionais, presenciais e online. Consegue, assim, manter e expandir o elevado padrão de qualidade que é sua marca, bem como ratificar sua condição de maior e melhor escola de seguros do Brasil.

OBJETIVO GERAL

Os gestores comerciais desempenham importante papel, pois são eles que estão prospectando, oferecendo produtos, resolvendo problemas, buscando soluções, e fornecendo atendimento de manutenção.

Os cursos atuais oferecidos a estes profissionais, focam na formação técnica de produtos ou nas técnicas de vendas. Portanto, existe uma lacuna na formação dos gestores comerciais que pode ser suprida por meio de um curso que propicie formação holística, englobando o planejamento, o controle e a gestão do ambiente e dos recursos envolvidos no processo de comercialização de produtos e serviços.

Dentro deste objetivo, o curso capacitará os profissionais para que eles desempenhem suas funções com segurança, ou seja, com visão estratégica do mercado de sua atuação, dos produtos comercializados, e das técnicas de comercialização e de controle, propiciando ao profissional aumento do seu rendimento e a potencialização dos seus resultados e dos resultados da sua equipe.

PÚBLICO-ALVO

O curso é direcionado para Gestores, empresários, representantes comerciais, executivos de venda e outros profissionais, de qualquer segmento, cujo objetivo é melhorar as habilidades nas áreas comercial e de negócios, com a aquisição de conhecimento sobre vendas, marketing, planejamento comercial, avaliação do ambiente de negócios, gestão de equipes e outros assuntos.

REQUISITOS

Graduação completa ou experiência comprovada na área comercial, mediante análise curricular e entrevista com a coordenação do curso.

ESTRUTURA CURRICULAR

O curso é composto por 8 disciplinas. Possui carga horária total de 100 horas, com duração aproximada de 5 a 6 meses.

GRADE CURRICULAR

Disciplina	Carga Horária (horas)
Cenários e Ambiente de Negócios	10
Ferramentas para Tomada de Decisão	10
Planejamento Estratégico de Vendas	20
Customer Experience (CX)	10
Gestão de Equipes de Vendas e Canais de Distribuição	10
Marketing de Serviços	10
Negociações Complexas	10
Inovação e Transformação Digital	20
Total	100

EXECUÇÃO E METODOLOGIA DO CURSO

Com carga horária total de 100 (cento) horas, o curso de pós-graduação em nível de extensão será realizado na modalidade presencial com aulas ao vivo. As aulas acontecerão nas sextas-feiras, das 19h às 22h15 e aos sábados, das 08h às 16h30.

As disciplinas terão encontros quinzenais.

MATERIAL DIDÁTICO E AMBIENTE EAD

MATERIAL DIDÁTICO

Os cases, leituras, pré-works e outros materiais utilizados como embasamento para a discussão na disciplina, deverão ser enviados com até uma semana de antecedência para os alunos matriculados.

Ao início de cada módulo o material didático produzido pelos docentes para cada disciplina será disponibilizado no ambiente EAD. O conjunto de slides e apostilas terá formato PDF.

Caberá aos alunos, se assim desejarem, imprimir o material de cada disciplina para acompanhar as aulas.

AMBIENTE EAD

O ambiente foi criado com o objetivo de disponibilizar diversas atividades de interação e comunicação, tais como:

- Informações e referências importantes do curso (manual do aluno, regulamentos, horário etc.);
- Encaminhamento e postagem de avisos;
- Disponibilização dos conteúdos trabalhados pelo docente em sala de aula; e
- Ferramentas de comunicação com a coordenação do curso.

AVALIAÇÃO

Para ter direito à certificação, o aluno deverá cursar com assiduidade e ser aprovado, obrigatoriamente, em todas as disciplinas do curso.

São critérios essenciais para aprovação:

- a) Notas mínimas de 7,0 (sete) para cada disciplina;
- b) Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento). A frequência será apurada no total da carga horária do curso, devidamente em diários de classe.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Cenários e Ambiente de Negócios (10h)

- Analisar a conjuntura macroeconômica nacional e internacional;
- Avaliar o cenário econômico brasileiro;

- Entender os fundamentos, métodos e práticas adotadas na construção de cenários e na análise conjuntural.

Ferramentas para Tomada de Decisão (10h)

- Julgamentos, decisões e racionalidade.
- Modelo racional de tomada de decisão.
- Percepção e vieses perceptuais.
- Tomada de decisão nas organizações.
- Árvores de decisão.

Planejamento Estratégico de Vendas (20h)

- Apresentar os métodos, ferramentas, e compostos do mapeamento de mercado, dentre eles: concorrência, segmentação, público-alvo, distribuição regional, precificação e outros;
- Definir atuação comercial por estimativa do potencial de mercado;
- Desenvolver o planejamento comercial, incluindo: produtos, canais de distribuição, promoção de vendas, preços alvo, metas e indicadores de acompanhamento.

Customer Experience – CX - (10h)

- Entender os novos comportamentos do consumidor;
- Identificar estratégias inovadoras baseadas nas necessidades e comportamentos dos consumidores, e alinhar com o operacional das empresas;
- Apresentar o padrão de excelência nos atendimentos;
- Avaliar dados, análises e tecnologias de interação que aprimoram a oferta de serviços;
- Tratar falhas e promover a recuperação da confiança do cliente.

Gestão de Equipe de Vendas e Canais de Distribuição (10h)

- Apresentar estratégias de canais para expansão de mercados e suporte ao atingimento de metas;
- Modelar estratégias go-to-market, associadas a integração de times para o atingimento de metas (overarching strategies);
- Determinar mercados e estratégias de distribuição para novos produtos;
- Definir métricas e indicadores de suporte a gestão;
- Avaliar métodos de recrutamento, estruturação, remuneração e comissionamento da força de vendas para obtenção dos melhores resultados;
- Identificar elementos de baixa performance e aprender a como solucionar problemas e motivar a equipe.

Marketing de Serviços (10h)

- Apresentar diferentes tipos de serviços, suas características e classificações;
- Definir modelos de gestão do marketing de serviços, compreendendo as interações e o composto de marketing;
- Entender o processo de tomada de decisão do consumidor de serviços;

- Definir a atuação do marketing de serviços em canais eletrônicos;
- Desenhar processos de implementação do marketing de serviços.

Negociações Complexas (10h)

- Apresentar os fundamentos da negociação, o processo e as suas fases;
- Identificar atitudes e estilos dos negociadores;
- Aprender estratégias e táticas de negociação;
- Conhecer os dilemas éticos em uma negociação;
- Apresentar métodos de negociações complexas, múltiplas partes, coalizões e equipes.

Inovação e Transformação Digital (20h)

- Apresentar os fundamentos da ciência de dados aplicada a análise do consumo;
- Conhecer os componentes que fazem parte da transformação digital como a tecnologia impulsiona e transforma a relação de consumo;
- Analisar novas formas de interação com o consumidor e conhecer exemplos de produtos disruptivos;
- Apresentar ferramentas para desenvolvimento de projetos de inovação, tais como: Agile, Design Thinking, Canvas e outros.

CORPO DOCENTE

Gustavo Venda (Coordenação acadêmica) - Graduação em Administração de Empresas (UNESA-RJ), MBA em Gestão de Projetos (UCAM-RJ), MBA em Gestão Empresarial (FGV-IDE-RJ) e Mestrado em Administração e Marketing (FGV-EBAPE-RJ). Com mais de 15 anos de experiência como gestor de equipes comerciais em empresas de grande porte como Fundação Getúlio Vargas (Superintendente Nacional da Rede FGV Management), Escola de Negócios e Seguros (Gerente Comercial), Sociedade Beneficente Israelita Hospital Albert Einstein (Gerente de Novos Negócios) e atualmente atua nas relações institucionais e nas parcerias comerciais da Escola de Negócios e Seguros. Experiência nas indústrias: hospitalar e de saúde, seguros e educação. Áreas de atuação: Negociação, Planejamento de Negócios e de Mercado, Vendas, T&D, Empreendedorismo e Marketing.

Alexandre Antunes Teixeira: Mestre em economia pela EESP-FGV. Tem mais de 20 anos de experiência em análise econômica. Foi sócio da MCM Consultores e economista da LCA Consultores. Professor de macroeconomia no curso de pós-MBA da FIPE, é chefe de pesquisa da Beta Capital Consultoria e economista-associado da MCM Consultores.

Eli Antônio De Marchi: Executivo do mercado de serviços financeiros, tendo atuado em bancos, financeiras e administradoras de cartões; empreendedor e consultor. Graduado em Administração de Empresas (FGV), MBA em Gestão Empresarial e Docência (FGV). Professor de disciplinas das áreas de marketing, vendas, negociação e estratégia.

Lívia Borges: Executiva do mercado segurador, professora e palestrante. Graduada em Agronomia pela Universidade Federal de Lavras. Na mesma instituição, obteve o título de Mestre em Estatística e Experimentação Agropecuária. É Doutora em Estatística pela Universidade de

São Paulo. Atualmente, professora de cursos de pós-graduação e especialização da Escola de Negócios e Seguros.

Jacqueline Vidigal Aricó: Graduada em Administração, e pós-graduada em Marketing. É consultora e palestrante especializada na área de Gestão de Marketing e Serviços das Associações (ALSHOP, APAS, ACATS, ACAPS, FEBRABAN e REALTEC). Possui cursos de especialização em Marketing na Browns School (Austrália) e Global Village (Canadá). É professora em cursos de pós-graduação. Autora de mais de 20 artigos em revistas especializadas. É diretora da Treina&Ação - Gerenciamento e Treinamento em Marketing e Serviços.

Marcelo Ramalho: Palestrante, consultor empresarial da Thompson Management Horizons, professor e mentor da Fundação Getúlio Vargas e Business School São Paulo, diretor da Cible Business & Education. Especialista em educação corporativa para grandes empresas com Instituições e Consultorias internacionais. Especialista em programas e palestras de inovação, marketing, empreendedorismo, design thinking, planejamento estratégico e temas relacionados à motivação de equipes. Consultor empresarial de marketing, planejamento estratégico e inovação. Pela Cible e TMH já atendeu a diversos clientes como Bradesco, Stihl, Massey Ferguson, Cless, FGV, entre outras. Foi executivo e trabalhou em grandes empresas como Deloitte, Kenwood, Xerox, JC Group. Mestrando pela Universidade Fernando Pessoa – Portugal; Mestrando em Gestão para a Competitividade pela FGV EAESP, Administrador de empresas, International MBA em Marketing – Ohio University – FGV; China & Brazil The Future Program – China – Shanghai Jiao Tong University; Financial Mathematics – FGV; Consultant Thompson certificate; Retail – EUA - Youngstown State University – FIA.

Obs.1: as turmas serão confirmadas em até 1 dia útil após o término das inscrições.

O cancelamento que se caracteriza pela desistência do aluno antes da realização de qualquer disciplina, obedecerá ao disposto no contrato/termo de prestação de serviços educacionais.

Na falta de "quórum" na opção escolhida o candidato poderá participar da análise de perfil para outros cursos disponíveis ou solicitar restituição integral do valor pago.