



PÓS-GRADUAÇÃO EM NÍVEL DE EXTENSÃO EM GESTÃO  
ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS DE SERVIÇOS

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 do curso de **Pós-graduação em Nível de Extensão em Gestão Estratégica de Negócios de Serviços** da Escola Nacional de 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.

Na oportunidade, gostaríamos de ressaltar que o pré-requisito para os Cursos de pós-graduação, em nível de extensão, da Escola Nacional de Seguros é o ensino superior completo.

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

Atenciosamente,

Mario Couto Soares Pinto  
DIRETOR DE ENSINO SUPERIOR

## **A ESCOLA DE NEGÓCIOS E SEGUROS (ENS)**

Fundada em 1971, a Escola de Negócios e Seguros (ENS) tem a missão de desenvolver o mercado de seguros por meio da geração e difusão de conhecimento e da capacitação de profissionais. 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 40 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.

## **APRESENTAÇÃO DO CURSO**

O setor de serviços já representa 75% do PIB brasileiro, e tem sido o principal responsável pelo desenvolvimento de atividades econômicas do país. E a transformação tecnológica tem sido a mola propulsora de inegável contribuição para dinamizar esse setor e exigir profissionais ainda mais atualizados, dinâmicos e inovadores.

Nesse contexto, o curso de Pós-graduação em Nível de Extensão em Gestão Estratégica de Negócios de Serviços irá discutir esse novo ambiente de trabalho, apresentando os mais modernos instrumentos e possibilitando a aplicação prática imediata dos conteúdos teóricos aprendidos.

A construção de um espaço permanente de debates e raciocínio estratégico estimula a formação de gestores atualizados e com amplitude de visão crítica.

Espera-se que o participante aprimore sua visão crítica e estratégica, levando o novo repertório teórico para seu ambiente empresarial; fortalecendo e ampliando seus resultados. Ao longo do

curso espera-se que possa apresentar soluções transformadoras e inovadoras, aproximando-se ainda mais de seus clientes internos e externos.

### **PÚBLICO-ALVO**

Esse curso destina-se a profissionais de qualquer formação, que desejem aprimorar os seus conhecimentos de gestão, de modo a contribuírem para a maior satisfação de seus clientes e parceiros profissionais, aprimorando e ampliando os resultados de suas empresas e negócios.

### **PRÉ-REQUISITO**

Graduação completa.

### **MÉTODO DE ENSINO**

Aulas teóricas e práticas irão propiciar um ambiente dinâmico, e de troca, aliadas à apresentação e discussão de casos reais e concretos. Apresentações individuais e em grupos, debates e dinâmicas favorecem um meio criativo, e de expansão.

### **ESTRUTURA CURRICULAR**

O curso tem duração aproximada de 08 meses e contempla 216 horas/aula presencias e a distância, distribuídas em 9 disciplinas de 24h/a cada, a saber:

<b>1</b>	Gestão Estratégica
<b>2</b>	Gestão da Inovação Empreendedora (em serviços)
<b>3</b>	Design Thinking aplicado ao Desenvolvimento de Novos Serviços
<b>4</b>	Gestão de Pessoas (EAD)
<b>5</b>	Gestão de Vendas Consultivas de Produtos e Serviços
<b>6</b>	Gestão de Custos e Preços de Produtos e Serviços
<b>7</b>	Negociação e Administração de Conflitos
<b>8</b>	Ética e Sustentabilidade Corporativa
<b>9</b>	Design de Processos e Fluxos de Serviços

## **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 registrada em diários de classe.

As avaliações de rendimento escolar serão realizadas por meio de prova escrita e/ou por trabalho.

## **COORDENAÇÃO ACADÊMICA**

**Profa. VeraClau Weissman** - Mestre em Administração Pública (FGV/RJ) e Economista (FAAP/SP), sócia-diretora da BZ Duzer Soluções Estratégicas, empresa de consultoria especializada em planejamento empresarial, branding, marketing, comunicação e sustentabilidade corporativos. Como executiva atuou em indústrias de papel e celulose, farmacêutica, óleo & gás e turismo & gastronomia. Atuou ainda em consultorias para bancos, ONG's e artes. É como professora convidada de diferentes instituições desde 1995, em disciplinas associadas à Comunicação; Marketing; Estratégia; Planejamento e Turismo. Coord. e co-autora do livro *Estratégias de Comunicação em Marketing* (2011) e co-autora do livro *Comunicação Integrada de Marketing* (2010), ambos pela editora FGV.

## **EMENTAS DAS DISCIPLINAS**

### **1. GESTÃO ESTRATÉGICA**

A gestão estratégica no novo milênio. Diretrizes Estratégicas. Análises do ambiente externo e interno. Aplicação das principais ferramentas estratégicas. Matriz SWOT. Desenvolvimento de estratégias. Inovação pelo Oceano azul. O Balanced Scorecard (BSC). Objetivos e planos de ação.

### **2. GESTÃO DA INOVAÇÃO EMPREENDEDORA (em serviços)**

Gestão de Inovação. Relevância e o trilema "eficiência X criatividade X estratégia" na gestão de inovação. Pessoas, Processos e Tecnologia na Gestão de Inovação. Desafios da Implementação. Introdução e requisitos do Projeto Final de Curso. Definir modelo. Descobrir os gaps da cultura, processos e tecnologia. Planejamento: Definir metas, recursos e etapas. Eficiência e Criatividade. Como estimular a cultura de criatividade sem perder eficiência? Repensando estratégia de parcerias. Elaboração, apresentação e feedback dos projetos finais

### **3. DESIGN THINKING APLICADO AO DESENVOLVIMENTO DE NOVOS SERVIÇOS**

Design Thinking e Inovação. Contexto e Inovação. Visão geral do processo e das ferramentas. O Projeto: briefing e definição de grupos. O Processo e suas ferramentas: o Duplo Diamante Fases 1 e 2. Fase 1: Descobrir Fase 2: Definir. O Projeto aplicado: fases 1 e 2. O Processo e suas ferramentas: O Duplo Diamante Fases 3 e 4. Fase 3: Desenvolver. Fase 4: Prototipar. O Projeto aplicado: fases 3 e 4. Apresentação e feedback dos projetos.

### **4. GESTÃO DE PESSOAS (EAD)**

Cultura Organizacional e seu impacto na gestão de pessoas. Gestão por competências para a liderança na sociedade do conhecimento. Desenvolvimento das competências e a formação das equipes. Gestão do clima organizacional. Satisfação, motivação e produtividade. Políticas para melhoria do Clima Organizacional. Políticas de recompensa na gestão de equipes profissionais. Gestão de conflitos e Inteligência emocional na gestão de pessoas.

### **5. GESTÃO DE VENDAS CONSULTIVAS DE PRODUTOS E DE SERVIÇOS**

Vendas na estratégia de marketing. Pressupostos básicos da política comercial. Administração e controle de vendas. Visão estratégica da estrutura e das funções de vendas. A busca do melhor mix entre clientes, produtos e territórios. Medidas de desempenho na avaliação da carteira de clientes e da equipe de vendas. Fundamentos da política comercial: direções e limites operacionais. Venda direta ou indireta; Venda pessoal ou impessoal; Funções de Vendas. A exigência de valor do cliente. Customer Success (sucesso do cliente) como direção para manutenção de carteira de clientes. Gestão da previsibilidade: gestão do pipeline, inbound e outbound marketing. Métricas de vendas como suporte da gestão de vendas. Organização e administração das atividades de vendas.

### **6. GESTÃO DE CUSTOS E PREÇOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS**

Custos e sua importância nas decisões de Precificação de produtos e serviços: Análise Contábil: custos fixos, variáveis, diretos, indiretos, custos financeiros e tributários. Análise dos diferentes Métodos de Custeio; Análise Mercadológica: valor percebido pelos clientes, preços dos concorrentes, sazonalidade, elasticidade da demanda, tecnologias aplicadas e valor de ativos intangíveis –marca e reputação corporativa; Análise Financeira: fixação do markup, cálculo da margem de contribuição, análise da relação custo/volume, preço/lucro, ponto de equilíbrio e lucro.

### **7. NEGOCIAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS**

Liderança e negociação. O papel do líder. A relação entre o líder e sua equipe. O líder negociador. O desenvolvimento da liderança. O processo da negociação. As etapas da negociação. A coleta, seleção e análise dos dados para a negociação. Negociação estratégica e seus desafios. Métodos e ferramentas para desenvolvimento de negociações estratégicas. Os cuidados com a outra parte. Identificação de interesses. Criatividade em negociação. Adoção de critérios. Desenvolvimento de negociações integrativas. A busca do ganha-ganha. Quando fazer e quando

não fazer concessões. Negociações como possibilidade de aprimorar relacionamentos. Negociando com os mais fortes. Negociando com quem é antiético. Percepção e comunicação. Administrando conflitos com equipes. A confiança como base do processo. Questões éticas em negociação.

## **8. ÉTICA e SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA**

A diferença entre ética, moral e lei. As principais linhas filosóficas da ética. Métodos para lidar com dilemas éticos gerenciais. Origens e evolução do conceito de sustentabilidade. A sinergia entre sustentabilidade e o branding – marcas com propósito. O alto impacto da agenda da sustentabilidade no setor de Seguros. Ferramentas gerenciais de responsabilidade socioambiental (leis, certificações, pactos). Áreas de atuação e questões práticas relativas à gestão sustentável.

## **9. DESIGN DE PROCESSOS E FLUXO DE SERVIÇOS**

O que é um serviço? Principais características de um serviço (intangibilidade, heterogeneidade, inseparabilidade e perecibilidade). A evolução da Gestão de Processos. Era industrial; Primeira onda: melhoria de processos; Segunda onda: reengenharia de processos; Terceira onda: Gestão de processos de negócio. Introdução ao Gerenciamento de Processo de Negócio. O que é BPM? BPM e o impacto direto no negócio; Objetivo da Gestão de Processos; Tipos de Processo de Negócio; Experiência do Usuário. Evolução do produto, serviço e experiência; Experiência do Usuário (como se comportam, o que sentem, qual o comportamento de uso de um determinado serviço); Consumidor Omnichannel. Cenário Atual. Percepção de Valor; Centralidade do Cliente (coordenação, cooperação, capacidade, conexão); A Jornada do Consumidor; Teoria das Lacunas (Modelo GAP); Processo de Serviço. Apresentação do conceito de processos de serviço; Mapeamento de processo de serviço; Vantagens do mapeamento de processo de serviço; Técnicas de mapeamento e modelagem de processo de serviço (Fluxograma de Processo, Service Blueprint, IDEF, SIPOC e SAD)

## **MATERIAL DIDÁTICO E AMBIENTE EAD**

### **MATERIAL DIDÁTICO**

O curso terá um espaço no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA onde serão disponibilizados os conteúdos indicados pelos docentes para leitura e/ou apoio ao estudo.

### **AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM - AVA**

Foi estruturado para propiciar aos alunos uma sala virtual repleta de conteúdos e atividades de interação e comunicação, que são:

- Espaço para disponibilização de arquivos com informações e referências importantes do curso, tais como: manual do aluno, regulamentos, horário, entre outros.
- Bibliotecas virtuais com acervo digital multidisciplinar com mais de 8 mil títulos para consultar e ler em qualquer tempo e lugar.
- Espaço para a disponibilização dos conteúdos por disciplina indicados pelo docente para leitura e/ou estudo.
- Últimos avisos é o mural de comunicação do curso, ou seja, todas as mensagens são publicadas nessa área.
- Espaço para entrega do trabalho acadêmico.
- Fale conosco é uma área exclusiva de comunicação com a Escola.

#### **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.