

MBA

***MBA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA
FIA/SINDUSFARMA – TURMA 3***

 coordenação: Prof. Dr. Claudio Felisoni de Angelo

MATRIZ CURRICULAR – MBA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA - FIA/SINDUSFARMA

Matriz Curricular - Módulo	Disciplina	Carga horária
1. Mercado Financeiro e Economia (32h)	Cenário e Tendências do Setor Farmacêutico	4
	Economia Aplicada e Cenários Econômicos Globais	18
	Estratégia Empresarial	18
2. Pesquisa e Dimensionamento de Mercado, Gestão da Saúde e Sales Analytics (36h)	Pesquisa e Dimensionamento de Mercado e Comportamento do shopper	12
	Gestão Estratégica em Saúde	14
	Gestão Vendas/Sales Analytics	10
3. Métodos Quantitativos Aplicados e Finanças Corporativas (36h)	Finanças Corporativas: Cálculo Financeiro e Análise de Investimentos	18
	Contabilidade e Análise de Demonstrações Financeiras	18
4. Gestão Estratégica de Pessoas (36h)	Habilidades da Liderança e Accountability	12
	Gestão por competências e inteligência emocional	12
5. Gestão da Inovação e Transformação Digital, Design Thinking e Modelos Preditivos de Mercado (36h)	Gestão da Inovação e a Transformação Digital	12
	Design Thinking	12
	Modelos preditivos de mercado: Introdução ao Big Data, Inteligência Artificial e Data Analytics	12
6. Inteligência de Mercado, CRM, Mídias Digitais & Social Media, Trade Marketing (44h)	Inteligência de Mercado	12
	Gestão de Mídias Digitais e Social Media	12
	CRM: Gestão do relacionamento com Cliente	18
	Trade Marketing aplicado ao setor farmacêutico	6
7. Planejamento financeiro (24h)	Gestão de Custos e Orçamento	24
8. Gestão de Riscos e Compliance, Negociações complexas (28h)	Gestão de Risco e Compliance	14
	Negociações complexas – Metodologia Harvard	14
9. Gestão de Supply Chain e Logística, Gestão de Projetos e Negócios Internacionais (44h)	Negócios Internacionais	8
	Gestão de Supply Chain e Logística	18
	Gestão de Projetos	18
10. Tópicos Avançados de Negócios (36h)	Influência e Processo de Tomada de Decisão	12
	Simulação Empresarial (Business Game Indústria Farmacêutica Internacional)	14
11. Governança Corporativa e Ética Empresarial (20h)	Governança Corporativa e Ética Empresarial	20
12. Sustentabilidade E Responsabilidade Social (20h)	Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa	20
TOTAL		400

* A FIA reserva-se ao direito de modificar o conteúdo programático do curso caso seja necessário atualizá-lo, desde que mantendo a carga-horária adquirida pelo participante.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Cenário e Tendências do Setor Farmacêutico

Cenário político e o impacto atual no mercado farmacêutico brasileiro. A saúde no Brasil (público/privado). A judicialização da Saúde e o impacto nos gastos da área da saúde. Tecnologias e soluções focadas para redução de custos na Saúde. Os desafios da Inovação e competitividade da indústria farmacêutica para se manter em crescimento. O mercado farmacêutico e suas divisões por segmento de atuação e % de participação. A relação da indústria farmacêutica com o mercado varejista e cliente multicanal. Tendências para o mercado global. O futuro da indústria farmacêutica brasileira.

Economia Aplicada e Cenários Econômicos Globais

Fundamentos de política econômica e seus Instrumentos. Agregados macroeconômicos. Principais variáveis macroeconômicas e suas relações. PIB-Produto Interno Bruto, taxa de juros, taxa de câmbio e balanço de pagamentos. Fundamentos da microeconomia: a relação entre consumidor, firma e mercado. Cenários econômicos nacionais e internacionais. Regras importantes para elaboração de cenários econômicos. Avaliação de cenário econômico e de tendências. Avaliação de cenários globais: mercados emergentes e mercados desenvolvidos. Impactos do cenário mundial na economia brasileira.

Pensamento Estratégico: Transformar a Visão em Resultados Reais

Pensar estrategicamente para aprimorar o trabalho em equipe e resolver problemas do dia a dia. Desenvolver e intensificar o pensamento crítico para construir cenários e obter os resultados nos negócios. Natureza da Estratégia e suas dimensões: Desafios, definições e níveis (corporativo, competitivo e funcional). Processos de definição de Estratégia e etapas de um processo de Planejamento Estratégico: Estratégias Deliberadas X Emergentes. Vantagem Competitiva: Conceitos, vantagem competitiva de custos X diferenciação. Análise do ambiente externo: Macro ambiente e ambiente competitivo. Análise dos Recursos e Capacidades Organizacionais: Visão baseada em recursos, Análise SWOT. Matriz de Decisões Estratégicas. Execução da Estratégia: desafios e modelos.

Pesquisa de Mercado e Comportamento do Shopper

Marketing de massa, de segmento e de nicho. Segmentação de mercado: tipos e variáveis (geográficas, demográficas, psicográficas e comportamentais). Seleção de mercado-alvo: critérios. Posicionamento: definição e estratégias disponíveis. Segmentação Empresarial. Matriz de posicionamento.

Gestão Estratégica em Saúde

Estrutura Sistema de Saúde Público. Modelo de Atenção Primária, Secundária e Terciária. Estrutura Saúde Suplementar. Novos modelos de negócios na Saúde Suplementar. Desafios Sistema de Saúde: Transição demográfica, Transição Epidemiológica e Incorporação de tecnologia. Modelos de Remuneração em Saúde: Fee for Service, Assalariamento, Pré-pagamento, Pacotes, Procedimentos Gerenciados e Pagamento por Performance. Modelos Assistenciais focados em Valor: Conceitos e Desafios assistenciais desses novos modelos. Estratégias de Incorporação de Novas Tecnologias: Sistema Público e Saúde Suplementar. Gestão Estratégica de Contas Institucionais: Estrutura e Processos, Análise de Dados, SWOT e Planos de Ação.

Gestão Vendas/Sales Analytics

Indústria Farmacêutica e os princípios de marketing. Indicadores de Performance e Auditorias aplicadas ao setor farmacêutico. Desafios da Indústria: Pesquisa, compliance, custo da saúde, etc. Posicionamento de produto e Targeting. KPIs de vendas e demanda e as correspondentes auditorias: PMB, DDD, MDTR. KPIs de receituário e as correspondentes auditorias: Market, Audit etc.

Finanças Corporativas: Cálculo Financeiro e Análise de Investimentos

Juros simples e compostos. Taxas proporcionais e equivalentes. Taxas reais e nominais. Taxas efetivas e taxas nominais. Estrutura Temporal de Taxas de Juros em reais e dólar. Séries de pagamentos. Sistemas de Amortização (Price, SAC e Americano). Ferramentas para análise de investimentos: Payback, TIR, VPL, TIR-modificada. Precificação de títulos públicos e privados.

Contabilidade e Análise de Demonstrações Financeiras

Objetivo da análise de Demonstrações Financeiras. Análise de Balanço, DRE e Fluxo de Caixa. Análise vertical e horizontal. Evolução e características das decisões de investimento. Evolução e características das decisões de financiamento. Análise de resultados, rentabilidade e qualidade das decisões de investimento e financiamento. Análise dos principais grupos de Notas Explicativas. Análise de riscos de curto e longo prazo. Análise por índices (rentabilidade, liquidez, endividamento, atividade).

Habilidades da Liderança e Accountability

Habilidades e atitudes gerenciais. Habilidade de desenvolver pessoas. A importância de saber delegar para desenvolvimento e finalização de tarefas. Características gerenciais: comunicação assertiva, resolução de conflito, planejamento e organização. Identificando potenciais e talentos. Acompanhamento do desenvolvimento da equipe. Conduzindo o processo de desligamento/reorganização do quadro funcional. Transparência e accountability: fundamentos. Accountability: protagonismo nos negócios. O que significa “dor de dono”. Como criar o senso de unidade e desenvolver ownership nos membros de sua equipe: ajudando os colaboradores a se sentirem responsáveis e comprometidos com os resultados. Pilares da accountability. Modelos da accountability. Exposição dos argumentos e responsabilização como consequência dos atos praticados ou decisões tomadas. Desenvolvendo minha accountability

Gestão por Competência

Gestão por Competências. As Competências das Pessoas. Competência Gestão da Mudança e Competência Relacionamento Intrapessoal. Diferenciais do candidato. CHAVE – A integração de Competências e Valores. Seleção com foco em Talentos e Competências. Desafios da Contratação. O planejamento como fator decisivo. Técnicas de seleção. Entrevista com foco em competências. Técnicas de entrevista com foco em competências. Como as transformações e mudanças impactam na emoção de pessoas. Pilares da inteligência emocional. Quociente de Inteligência e Quociente Emocional. Emoções e Gerenciamento das emoções. Interpretação da relação emoções x comportamento humano. Assertividade e Empatia.

Gestão da Inovação e a Transformação Digital

Gestão da Inovação. Inovação e seus diversos significados. Inovação contemporânea. Ruptura-vetores de inovação. Plataformas estratégicas para inovar: produto, marca, posicionamento, modelo de negócios. Criatividade e a Geração de ideias – processo criativo. Identificação de soluções. Inovação: Conceitos, tipos de inovação e suas características. Inovação no modelo de negócios: Reinventando produtos e serviços. A influência da inovação na cadeia de valor personalizando experiências no Mercado. Eficiência operacional para obter crescimento do negócio. O impacto da transformação digital na indústria para conectar máquinas, sistemas e pessoas. A Revolução industrial e o futuro da indústria 4.0 no Brasil. Aplicação da Inteligência artificial na indústria farmacêutica e nos negócios. A Internet das Coisas integrando a indústria farmacêutica com o paciente.

Desing Thinking

Open Mind e princípios do Design Thinking. Atitude empreendedora como diferencial competitivo. Inovação estratégica. Criação, construção e disseminação de uma cultura de inovação empresarial. Competência de inovação e geração de insights. Design e validação de ideias, conceitos e protótipos. Ferramentas de inovação: Toolkit. O Design Thinking nas empresas. Construção de soluções empresariais e de negócio pela metodologia DT.

Modelos preditivos de mercado: Introdução ao Big Data, Inteligência Artificial e Data Analytics

Definição de Big Data. Vantagens da utilização das técnicas de Big Data. Aplicações de Big Data para Inteligência Competitiva. Os padrões de modelos preditivos e a influência de acordo com os dados analisados. Analisar os diferentes tipos de análises preditivas que existem. A análise de dados e suas variações de acordo com as intenções da organização. Identificar padrões em dados estruturados e não estruturados. Como o Modelo preditivo pode embasar as tomadas de decisões, as decisões estratégicas, identificar os melhores clientes, diminuir custos, aumentar o ROI, e fazer a gestão de riscos de forma mais assertiva e concreta para o futuro da empresa. Computação em nuvem: Conceitos de computação em nuvens (Cloud Computing); Conceito NIST de Cloud Computing; Características de Cloud Computing; Entidades do Ecossistema de Nuvem; Aspectos de segurança.

Inteligência de Mercado

Fundamentos, conceitos centrais e definições do ciclo de inteligência de mercado. Inteligência competitiva e a tomada de decisões. Construindo processos de inteligência. Metodologia de implantação do ciclo de inteligência. Exploração das fases do ciclo de inteligência: planejamento e vigilância. Processo de coleta. Proteção e armazenamento. Transformação das informações em inteligência. Disseminação. Feedback e mensuração dos resultados. Passo a passo da operacionalização de cada etapa. Análise estratégica de dados. Redes colaborativas. Geração de valor para a empresa. Construção de estratégias a partir da relação entre as informações. Criando uma área de inteligência de mercado.

Gestão de Mídias Digitais e Social Media

A Internet e os negócios. E-business conceitos e plataformas - Gestão de ações on-line de marketing e vendas. Tendências em Comunicação e Marketing Digitais. Comportamento digital. A era da mobilidade e do wearable Tech: Tablets, smartphones, convergência global e a internet das coisas. Consumidor no centro e o Omni Channel – “Drive to Customer on Centric”. Engajamento digital social. Social Business e Mídias Sociais (B2C e B2B). Geração de leads multimeios.

CRM: Gestão de Relacionamento com o cliente

Origem, princípios, objetivos. Estratégias e táticas do marketing de relacionamento. O marketing de relacionamento e seu impacto na competitividade das empresas. A importância da retenção e da lealdade dos clientes. O valor do cliente ao longo do tempo (customer equity ou lifetime value). A preparação da empresa para a gestão do relacionamento com o cliente. Programas de relacionamento, lealdade e fidelidade.

Trade Marketing aplicado ao Setor Farmacêutico

O que é trade marketing. Relacionamento varejo e indústria. A importância do trade marketing. Fronteiras entre os departamentos. Ferramentas sell-in e sell-out. Inteligência pré-operacional: como planejar uma execução efetiva? Shopper e consumer. Indicadores de desempenho. Casos e exemplos de estratégias de trade marketing no Brasil e no mundo.

Gestão de Custos e Orçamentário

Conceituação básica sobre estruturas de custos; Direcionadores de custos; Influência da gestão sobre os custos; Funções de custos; Modelos de Custeio; Implantação de sistemas de custeio; Controle de custos. Visão geral do processo orçamentário; Relacionamento entre planejamento estratégico e orçamento; Cenários e premissas para o orçamento; Tipos de orçamento; Orçamento-mestre; Orçamentos operacionais: Plano de vendas, Plano de gastos de capital, Plano de produção, Plano de aquisição de materiais, Plano de contratação e de treinamento de mão-de-obra, Plano de gastos administrativos e discricionários; Orçamentos financeiros: Demonstração de fluxos de caixa esperados, Balanço Patrimonial projetado, Demonstração de resultado projetada; Planejamento e controle; Benchmarking; Análise e classificação das variações orçamentárias; Indicadores para acompanhamento de orçamento. Desempenho das unidades de negócios.

Gestão de riscos e Compliance

Definição de Gestão de riscos. Tipos de riscos. Risco: evento, consequência e causa. Etapas de gestão de riscos: Organização do ambiente, Identificação dos riscos, Mensuração dos riscos, Resposta aos riscos, Monitoramento de riscos. Avaliação e classificação dos riscos. Compliance como ferramenta complementar de gestão de riscos.

Negociações Complexas - Método de HARVARD

Os fundamentos de negociação pela metodologia de Harvard: BATNA, preço de reserva e ZOPA. Os 2 fatores fundamentais de vantagem competitiva em barganha. O poder da ancoragem. Criação de Valor. Planejamento para negociação. Como explorar os interesses: negociação baseada em princípios de Harvard. Negociação interpessoal. Inteligência emocional e as micro expressões faciais. Estratégias vencedoras em negociação. O Projeto de Negociação de Harvard. Abordagem comercial. Importância do território, número de pessoas, timing, ambiente, disposição das cadeiras, posicionamento na mesa. Estratégias Hard e Soft. Conceitos psicológicos avançados de influência e persuasão. A capacidade de ouvir. Foco no Valor, nos interesses (da outra parte) e nos critérios objetivos.

Gestão de Supply Chain e Logística

Conceitos básicos de logística e de cadeia de suprimentos. Integração da cadeia de suprimento e planejamento da “rede” (network design). Materialização da cadeia de valor. Estratégia logística. Logística reversa. Zonas de atividades logísticas (ZAL). Indicadores de desempenho logístico. Desafios das redes de suprimentos. Diferencial competitivo em redes de suprimentos.

Gestão de Projetos

Conceitos da gestão de projetos: Abordagens tradicional e ágil; Portfólio de projetos: Conexão com a estratégia; Projetos de eficiência operacional; Governança, papéis e responsabilidades; Perfil do gerente e das equipes de projetos. Preparação da gestão de projetos: Autorização e formalização; Identificação das partes interessadas; Plano de comunicação; Análise de riscos; Requisitos do produto e escopo de trabalho; Linha do tempo: cronograma físico-financeiro; Alocação de recursos: orçamento; Análise do caminho crítico; Análise make-or-buy (contratos terceirizados). Execução da gestão de projetos: Medição do progresso físico-financeiro; Análise das partes interessadas; Análise de indicadores e comunicação (status report); Termos de aceite: entregas parciais; Compromissos administrativos. Finalização da gestão de projetos: Termo de aceite: entrega completa; Encerramento administrativo; Avaliação e liberação das equipes; Gestão do conhecimento (lições aprendidas). Ferramentas de software. Tendências: Planejamento visual (canvas); Abordagem híbrida; Agilidade organizacional.

Negócios Internacionais

Relações Internacionais. Análise de Negócios Internacionais. Estratégias de Empresas Globais. Internacionalização de Empresas. Desafios e Tendências para os Negócios Internacionais.

Influência e Processo de Tomada de Decisão

Processos organizados de tomada de decisão. Informações racionais e intuição. Modelos analíticos e estruturados. Árvore do processo decisório. Estudos de caso. A ligação das informações, reação emocional e a ligação com o futuro da organização.

Simulação Empresarial

Simulação de gestão empresarial em um mercado simulado. Tomada de decisões estratégicas e operacionais visando a aplicação dos principais conceitos de administração geral. Administração de vendas e precificação. Administração financeira orçamentária. Administração de RH e sua gestão com uma avaliação imediata dos impactos nos resultados das empresas simuladas.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa

Conceito e histórico da responsabilidade social e da sustentabilidade nas empresas. Indicadores de responsabilidade social e sustentabilidade. Visão integrada de sustentabilidade. Balanço social. Sustentabilidade nas empresas brasileiras: casos, aplicações e políticas. Aplicação da responsabilidade social nas empresas: estudos de caso.

Governança Corporativa e Ética Empresarial

Práticas, Processos de Gestão e Teoria das Organizações. Conflitos de Agência e Teoria da Firma. Governança Corporativa: Definições e conceitos; Principais mecanismos. Custos e benefícios. Função-objetivo das empresas. Relação entre governança e valor das empresas. Códigos das Melhores Práticas. Ética empresarial. Ética nos Negócios. Código de Ética e Governança.