

# **Programa do curso de MBA em Gestão Estratégica de eventos**

Este conteúdo pertence ao Descomplica. Está vedada a cópia ou a reprodução não autorizada previamente e por escrito. Todos os direitos reservados.

**Apresentação**

O programa, de pós-graduação MBA em Gestão Estratégica de Eventos foi concebido de maneira a estruturar tanto os conhecimentos, quanto as estratégias e aplicação de ferramentas que fundamentem a gestão de eventos e empreendimentos para órgãos públicos, ONGs, sociedades públicas organizações privadas e outras, além de associar os recursos humanos, liderança e formação de equipes a esta atividade estratégica. Dando destaque a gestão dos recursos financeiros e econômicos corporativos para agregar resultados e valores aos negócios vinculados aos eventos e associados aos valores de transparência, equidade e assegurando um modelo de governança institucional sustentável. A atenção aos detalhes de investimentos, custos, fluxo de caixa, governança e principalmente a motivação de vínculo a novas idéias quanto a produtos, processos ou estratégias. Gerir de maneira criativa e baseada no regulatório, atuar para sair da estrutura comum e desenvolver maneiras estratégicas de gestão de eventos, e de solução de problemas associados a Gestão Estratégica de Eventos são os elementos fundamentais da concepção deste programa de pós-graduação tão relevante e atual.

### **Objetivo**

Conhecer temas e conteúdos relacionados ao mercado e às boas práticas de gestão em eventos; Conhecer temas e conteúdos relacionados a gestão de pequenos, médios e grandes empreendimentos; Entender e aplicar as várias técnicas, ferramentas e recursos de gestão de equipes, marketing, cerimonial e patrocínios em eventos; Conhecer e aplicar técnicas de organizações gestão de eventos corporativos.

### **Público-Alvo**

Profissionais de diversos segmentos e áreas de conhecimento como eventos, relações públicas, publicidade, secretariado, turismo, hotelaria, entre outras. Diretores, Gerentes e chefes de departamentos de eventos em instituições públicas e privadas. Líderes acadêmicos, líderes do terceiro setor, comerciantes demais interessados em desenvolver eventos e empreendimentos de maneira eficiente, eficaz e diferenciada quanto a estrutura e cerimonial. Profissionais do setor privado que buscam eficiência na relação com o setor público.

## **MBA em Gestão Estratégica de Eventos – 390h**

---

### **Organização e Expressão do Conhecimento**

Fundamentos da Comunicação; Interpretação de Cenários;  
Estrutura Narrativa; Personagens; Plot; Cenário, Tom e Mensagem;  
Estratégias Narrativas; Storytelling na Gestão de Negócios; Criando um Projeto de Storytelling.

### **Gestão do Tempo**

Fundamentos da Gestão do Tempo; A Matriz do Tempo; Trabalhando os Quadrantes; Preparando a Estrutura Básica; Planejamento Semanal; Detalhes Importantes na Gestão do Tempo.

### **Gestão De Pessoas e Liderança**

Fundamentos da Comunicação; Interpretação de Cenários; Estrutura Narrativa; Personagens; Plot; Cenário, Tom e Mensagem; Estratégias Narrativas; Storytelling na Gestão de Negócios; Criando um Projeto de Storytelling.

### **Metodologia da Pesquisa Científica**

Fundamentos de Pesquisa; Tipos de Pesquisas; Passo a Passo da Elaboração de Artigo; Científicos; Situação Problema; Fundamentação Teórica; Metodologia da Pesquisa; Desenvolvimento; Conclusão.

### **Cenários Econômicos**

Cenários como base para decisões de Investimentos; Axioma de Zurique – Investimentos e Riscos; Risco versus retorno; Indicadores para Tomadas de Decisões – VPL, TIR e Pay Back; Momentos Inflacionários e não inflacionários; Análise a preços presentes, a preços correntes e a preços ajustados; Taxas de câmbio, regimes cambiais; Câmbio futuro, Câmbio spot e Câmbio real; Cálculos e operações a dias corridos e dias úteis; Cenários econômicos e decisões de investimentos em novos negócios; Hedge em operações de risco.

### **Negociação Estratégica**

Introdução à negociação empresarial, conceituação Básica; O processo de negociação para compra e venda; Perspectiva sistêmica e modelo integrado de Negociação; Variáveis básicas da negociação; O papel do negociador; Relações Interpessoais e a importância da comunicação para a negociação; Negociação e o processo decisório; Planejamento de negociação; A ética nas negociações.

### **Fundamentos Para Tomada de Decisão**

Elementos de tomada de decisão; O decisor, O processo de tomada de decisão; Enquadramento do decisor na organização; Elementos, Fases e Estratégias; Apoio de recursos de Tecnologia da Informação na tomada de decisão; Sistemas de informação para suporte ao processo decisório: tático e estratégico (Sistema de Apoio a Decisão, Sistema de Informação Gerencial e Executive Information System); Ferramentas de apoio à decisão; Sistemas transacionais, OLAP, Data warehouse; Algoritmos genéticos; Resolução de problemas multiobjectivos; Sistemas especialistas; Algoritmos para extração de informações Estratégicas; Fases da descoberta de conhecimento em banco de dados: Seleção, pré-processamento, transformação, mineração de dados, interpretação/avaliação; Mineração de dados; Análise exploratória de dados; Técnicas de aprendizagem supervisionadas para classificação, para previsão, para agrupamentos e para associação.

### **Governança Corporativa**

Aspectos Básicos da Governança Corporativa; Teoria da Firma; Teoria da Agência; Teoria dos Contratos; Princípios de Governança Corporativa no Brasil; Transparência, Equidade, Prestação de Contas e Responsabilidade Corporativa; A Governança Corporativa no Mercado Brasileiro; Considerações sobre o Mercado de Capitais Brasileiro; Níveis de Governança Corporativa da BBB; Órgãos Governamentais e não Governamentais e fomento à Governança Corporativa; Governança Corporativa e desempenho empresarial.

### **Marketing de Serviços**

Marketing de Serviços; Marketing de Experiências.; Marketing B2C e B2B.; Estratégias e cases de marketing na captação e vendas de eventos.; Relações Públicas; Redes Sociais e informatização das ações de Marketing.

### **Aspectos Legais na Contratação de Equipes e Fornecedores**

Código Civi; Contratos para eventos; Legislação trabalhista para a área de eventos, Legislação ambiental; Alvarás de funcionamento e fiscalização em Eventos; Avaliação da idoneidade de fornecedores (habilitação jurídica).

### **Captação e Patrocínio para Eventos Empresariais**

Plano de Captação de recursos para eventos; Conceitos de Apoio, patrocínio, permuta, Contrapartidas; Estratégias e cases de captação de recursos para eventos empresariais.

## Gestão de Eventos

Fundamentos da Hospitalidade e de Eventos; Classificação; Tipologia; Mercado Nacional e Internacional de Eventos; Panorama do setor; Tendências do mercado de eventos, tais como a economia criativa; Informatização de processos e as novas modalidades de eventos.

## Cerimonial e protocolo para eventos corporativos (públicos e privados)

Etiqueta profissional; Cerimonial e protocolo para eventos técnicos; científicos e empresariais; RSVP; Mestre de Cerimônia; Oratória, Etiqueta à mesa; Dress code e netiqueta; Cerimonial para eventos públicos.

## Professores

---

**Lisandro Gaertner** é professor de Storytelling do Descomplica. É bacharel em psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, roteirista pela Escola de Cinema Darcy Ribeiro, especialista em aprendizagem e storytelling, e game designer. Implementa Projetos de Storytelling e Jogos Narrativos para Educação desde 1999 em grandes empresas como Petrobras, Vale, Embratel e em órgãos governamentais como a Polícia Civil do Rio de Janeiro.

**Marcos Martins** é professor no Descomplica. Bacharel em Engenharia Mecânica (UFRJ) e Corretor de Seguros (FUNENSEG). Especializado em Empreendedorismo pela UNCTAD/SEBRAE e pela BABSON College. É sócio-diretor da M11 Consultoria e Corretora de Seguros de Vida Ltda (2004-atual), que atua Seguros, Consultoria e Treinamento. É professor no MBA Executivo no IBMEC (2004-atual) em disciplinas de Liderança, Gestão de Pessoas, Empreendedorismo, Inovação, Planos e Modelos de Negócios.

**Marcus Viana** é professor do Descomplica. Profissional com vinte anos de atuação nas áreas de Marketing de Serviços e Comportamento do Consumidor em segmentos de comunicação e serviços, com experiência em consultoria / treinamento empresarial para empresas de todos os portes. Na área acadêmica há 18 anos, é mestre em Sistemas de Gestão da Qualidade pela UFF, especialista em Marketing Estratégico com habilitação para Docência Superior pela ESPM e bacharel em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda pela UGF. Coordenou cursos de graduação e pós graduação na área de Gestão e atualmente ministra aulas de Marketing para graduação e pós em instituições como Ibmec, UERJ, UVA e UGF.

**Daniel Sousa** é professor de Economia e Finanças do Descomplica. Possui mestrado em Economia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Especializações em Innovation in Business Learning e também em Entrepreneurship and Innovation por Boston College e graduação em Economia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Atua como Coordenador e professor do Global MBA do Ibmec-RJ. Atuou como analista de investimentos, montado portfólios para posicionamento de patrimônio no mercado financeiro brasileiro e norte-americano.

**Ricardo Poli** engenheiro de formação, possui notória formação em Marketing e Comunicação pela ESPM, onde lecionou disciplinas ligadas a estratégia, marketing e gestão de negócios nas últimas décadas. Nesse período, se tornou mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, além de ter ministrado disciplinas em cursos de graduação como FAAP, Mackenzie, FGV/RJ, ESPM, dentre outros. Atualmente é professor da casa do Saber.

**Gustavo Fernandes** (Professor convidado) é professor do Descomplica. Diretor do Grupo JMN (CTG, Hoop Sports e Imaginar Content). Diretor geral do Colégio e CUrso Intellectus. Bacharel em Marketing Estratégico e especialista em Gestão de Tempo e Produtividade.

**Marcos Martins** é professor no Descomplica. Bacharel em Engenharia Mecânica (UFRJ) e Corretor de Seguros (FUNENSEG). Especializado em Empreendedorismo pela UNCTAD/SEBRAE e pela BABSON College. É sócio-diretor da M11 Consultoria e Corretora de Seguros de Vida Ltda (2004-atual), que atua Seguros, Consultoria e Treinamento. É professor no MBA Executivo no IBMEC (2004-atual) em disciplinas de Liderança, Gestão de Pessoas, Empreendedorismo, Inovação, Planos e Modelos de Negócios

[

## Fale conosco

---

Para maiores informações sobre o curso, entre em contato através do e-mail [pos@descomplica.com.br](mailto:pos@descomplica.com.br)