

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

MBA

em

**GESTÃO ESTRATÉGICA DO
AGRONEGÓCIO
(*Lato Sensu*)**

**APROVADO PELO CONSELHO ACADÊMICO E ADMINISTRATIVO
ATA Nº 002/12**

**Projeto Pedagógico do Curso
Aprovado por:**

**Prof. Derli Schmidt
Coordenador do Curso**

A. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO:

1. Nome:

Pós-Graduação *Lato Sensu* - MBA em Gestão Estratégica do Agronegócio, Nível Especialização

2. Área de Conhecimento:

Área das Ciências Sociais Aplicadas

3. Carga Horária Total do Curso:

370 horas

4. Coordenador de Curso:

Professor Derli Schmidt

5. Dias e Horários do Curso:

Sextas-feiras: Manhã e Tarde

Início: 08h30min

Término: 18h30min

Sábados: Manhã e Tarde

Início: 08h30min

Término: 18h30min

6. Período do Curso:

De maio de 2013 até março de 2015

7. Número de Vagas:

35 vagas

8. Local de Realização:

Faculdade de Tecnologia do Cooperativismo - ESCOOP

Porto Alegre/RS

Rio Grande do Sul

9. Público-Alvo:

Empregados e sócios de cooperativas filiadas a OCERGS.

10. Apoio:

Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo do Estado do Rio Grande do Sul – SESCOOP/RS

B. OBJETIVOS DO CURSO:

Geral

Qualificar os profissionais oriundos das cooperativas agropecuárias a participarem com competência na gestão, conciliando teoria e prática, através das técnicas administrativas, com base nos conhecimentos da história e doutrina cooperativista.

Específicos

- Ampliar os conhecimentos dos participantes nas modernas técnicas em gestão empresarial de cooperativas, contribuindo para um melhor desempenho organizacional e pessoal;
- Atender as necessidades das cooperativas em relação ao aprimoramento e ao desenvolvimento dos dirigentes e dos empregados quanto às técnicas modernas de gestão;
- Proporcionar aos participantes a reflexão e o debate sobre a gestão cooperativista, permitindo o conhecimento e a análise das condições do ambiente empresarial;
- Compreender as perspectivas e desafios do cooperativismo a partir da necessidade das Cooperativas serem competitivas no ambiente globalizado;
- Desenvolver nos participantes uma visão crítica em relação aos desafios dos temas propostos, bem como despertar para a pesquisa científica e produção de conhecimento;
- Capacitar profissionais para inovar e qualificar a atuação no contexto das sociedades cooperativas.

C. DISCIPLINAS DO CURSO:

- 1 - Cenários Macroeconômicos e Comércio Exterior – 20h
- 2 - Relações Públicas e Comunicação Empresarial – 20h
- 3 - Gestão Ambiental e o Agronegócio – 20h
- 4 - Gestão Estratégica de Recursos Humanos – 20h
- 5 - Planejamento Estratégico de Cooperativas – 20h
- 6 - Logística Empresarial no Agronegócio – 20h
- 7 - Governança Corporativa nas Sociedades Cooperativas – 20h
- 8 - Gestão Financeira de Cooperativas – 20h
- 9 - Auditoria e Controladoria – 20h
- 10 - Metodologia Científica para o TCC – 20h
- 11 – Estratégia de Marketing e Gestão de Vendas – 20h
- 12 - Planejamento e Gestão Tributária – 20h
- 13 - Políticas e Mercados Agroindustriais - 20h
- 14 - Elaboração e Análise de Projetos – 20h
- 15 - Vivências (módulo Internacional/Alemanha) – 80h
- 16 - Orientação Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - 10h

D. EMENTAS:

- Cenários Macroeconômicos e Comércio Exterior – 20h

O Cooperativismo e o contexto socioeconômico rural brasileiro. O perfil de dirigentes e gerentes mediante a nova realidade do mercado. Estuda o agronegócio brasileiro com ênfase na administração destacando aspectos de organização, direção e comercialização a nível nacional e de comércio exterior. Estuda estratégias de desenvolvimento, divulgação, distribuição e comercialização de produtos agrícolas em nível de mercado interno e externo.

- Relações Públicas e Comunicação Empresarial – 20h

As diferenças entre o público da Comunicação. Público Interno: a comunicação interna como ferramenta da gestão. O Endomarketing. A mídia interna (meios veículos e técnicas). Público Externo: os diferentes grupos que compõem o público externo. Formas de relacionamento com cada segmento

do público externo. A mídia externa (meios veículos e técnicas). Os critérios de classificação social. Os conceitos de mídia. Os critérios de escolha de agência. A campanha eficaz. As etapas da campanha. Os critérios de avaliação de campanha.

- Gestão Ambiental e o Agronegócio – 20h

Importância estratégica da qualidade e da questão ambiental no agronegócio. Conceitos e desenvolvimento histórico da gestão da qualidade e gestão ambiental. Instrumentos e métodos da gestão da qualidade e sua implementação na gestão ambiental. Estudo legislativo da questão ambiental do agronegócio brasileiro.

- Gestão Estratégica de Recursos Humanos – 20h

Cultura e o estilo de gestão como fatores do processo de mudança. A mudança a partir das pessoas e as lideranças. Relacionamento e o clima de trabalho nas equipes. Motivação humana. Clima organizacional e produtividade. Variáveis que afetam o clima organizacional. O comportamento humano nas organizações. Fatores de satisfação no trabalho.

- Planejamento Estratégico de Cooperativas – 20h

A disciplina está organizada para dar uma visão geral dos principais conceitos vinculados às novas teorias administrativas. Tem como ponto de vista fundamental os executivos e dirigentes das cooperativas e suas contribuições ligadas às práticas de gestão.

- Logística Empresarial no Agronegócio – 20h

Gerenciar a cadeia de suprimentos de produtos agropecuários. Apresentar os conceitos de Logística Integrada e mostrar as inter-relações entre logística e processo produtivo agrícola: plantio, tratos culturais e colheita das culturas. Incentivar a pesquisa de soluções de problemas de logística no agronegócio.

- Governança Corporativa nas Sociedades Cooperativas – 20h

Governança em Sociedades Cooperativas. Prática de Governança, estrutura dos órgãos de Administração e de Gestão. Informação e transparência nas decisões administrativas. Responsabilidade e sua divisão. A profissionalização da gestão e as partes relacionadas.

- Gestão Financeira de Cooperativas – 20h

Visão geral do mercado financeiro; políticas de captações e empréstimos de recursos financeiros adotados no âmbito das instituições financeiras. Estuda aspectos específicos na abordagem sobre controles internos.

- Auditoria e Controladoria – 20h

Estudo da Controladoria, os controles internos indispensáveis e da tributação das sociedades Cooperativas.

- Metodologia Científica para o TCC – 20h

Estrutura do conhecimento. Epistemologia. Tipos de pesquisa. Problemas de pesquisa. Hipóteses. Métodos estatísticos. Revisão bibliográfica. Métodos e técnicas de pesquisa. Orientação para elaboração do TCC.

- Estratégia de Marketing e Gestão de Vendas – 20h

Estuda a comercialização, com ênfase na administração de marketing de cooperativas, destacando aspectos de planejamento, organização, direção e controle da área comercial. Instrumentos de marketing e a atividade de vendas: estratégias de desenvolvimento, divulgação e distribuição.

- Planejamento e Gestão Tributária – 20h

Estudo da administração e planejamento tributário das sociedades Cooperativas.

- Políticas e Mercados Agroindustriais - 20h

Teoria e Políticas de Comércio Exterior, Globalização e Integração, Técnicas e Procedimentos em Comércio Exterior; Mercado de Câmbio, Balanço de Pagamentos; Financiamento das Exportações e Importações.

- Elaboração e Análise de Projetos – 20h

Conceitos e importância do gerenciamento de projetos. Estruturas organizacionais para projetos. Fases de elaboração e execução de um projeto. Processos do gerenciamento de projetos. Áreas de conhecimento do gerenciamento de projetos. Sistemas de informação como ferramenta de planejamento e controle de projetos. Análise de viabilidade de projetos.

- Vivências (módulo Internacional/Alemanha) – 80h

A disciplina buscará proporcionar aos alunos conhecer as experiências do cooperativismo no mundo, através de uma viagem de estudo à Alemanha, buscando uma compreensão e análise do Cooperativismo, tanto em relação ao referencial teórico-metodológico, quanto à práxis cooperativa. Os estudos a serem realizados na Alemanha buscam cotejar as práticas do cooperativismo brasileiro com o alemão e suas perspectivas e tendências e adaptação dos desafios do séc. XXI.

- Orientação Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - 10h

Orientação dos Trabalhos de Conclusão do Curso consiste na produção de artigo científico.

E. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM:

A avaliação da aprendizagem na pós-graduação *lato sensu* envolve provas, seminários, artigos e/ou trabalhos, a critério do respectivo professor da disciplina e será expressa pelos seguintes conceitos:

- A – 90 a 100% de aproveitamento**
- B – 80 a 89% de aproveitamento**
- C – 70 a 79% de aproveitamento**
- D – reprovado (frequência)**
- E – reprovado (nota)**

F. CONTROLE DE FREQUÊNCIA:

O aluno deverá atender ao percentual mínimo legal de 75% de frequência da carga horária total do curso, sob pena de reprovação. O controle das presenças será efetuado pelos professores, através de caderno de chamadas.

G. TRABALHO DE CONCLUSÃO:

O trabalho de conclusão do curso consiste na elaboração de um artigo individual científico que aborde um dos assuntos inclusos nas linhas de Pesquisa, a elencar: "Identidade Cooperativa" ou "Gestão Cooperativa".

H. LIVRO: REFLEXÃO COOPERATIVISTA

Todos os artigos produzidos pelos alunos do Curso serão analisados pelo Conselho Editorial da mantenedora SESCOOP/RS.

Ocorrida à avaliação dos trabalhos, serão indicados os melhores para publicação na Revista Reflexão Cooperativista.

I. DOCUMENTAÇÃO PARA MATRÍCULA:

- cópia autenticada do Diploma (curso superior)
- cópia autenticada do histórico (curso superior)
- cópia carteira de identidade
- ficha de inscrição da ESCOOP preenchida
- cópia da certidão de nascimento ou casamento
- cópia CPF
- currículo atualizado
- 01 foto 3 x 4

J. INVESTIMENTO:

O investimento por aluno no curso MBA Gestão Estratégica do Agronegócio será de R\$ **8.550,00 (Oito mil, quinhentos e cinquenta reais)**. Este valor é relativo às despesas do Módulo Internacional (viagem técnica a Alemanha). As despesas do Módulo Pedagógico serão de R\$ 5.982,00 (Cinco mil, novecentos e oitenta e dois reais) por aluno, estas custeadas pela Mantenedora SESCOOP/RS.

Observação:

Os valores de despesas/ investimentos no Curso MBA Gestão Estratégica do Agronegócio (Módulo Pedagógico e Módulo Internacional) serão correspondentes a R\$ 508.590,00 (Quinhentos e oito mil, quinhentos e noventa reais). O aluno investirá 58,8% do montante referido e a Mantenedora SESCOOP/RS 41,2%.

L. CALENDÁRIO DE AULAS/ATIVIDADES DO CURSO:

2013			
	Disciplina	Carga Horária	Mês
1	Cenários Macroeconômicos e Comércio Exterior	20h	10 e 11 de maio
2	Relações Públicas e Comunicação Empresarial	20h	14 e 15 de junho
3	Gestão Ambiental e o Agronegócio	20h	12 e 13 de julho
4	Gestão Estratégica de Recursos Humanos	20h	09 e 10 de agosto
5	Planejamento Estratégico de Cooperativas	20h	27 e 28 de setembro
6	Logística Empresarial no Agronegócio	20h	18 e 19 de outubro
7	Governança Corporativa nas Sociedades Cooperativas	20h	08 e 09 de novembro
8	Gestão Financeira de Cooperativas	20h	13 e 14 de dezembro
2014			
	Disciplina	Carga Horária	Mês
9	Auditoria e Controladoria	20h	21 e 22 de março
10	Metodologia Científica para o TCC	20h	11 e 12 de abril
11	Estratégia de Marketing e Gestão de Vendas	20h	09 e 10 de maio
12	Planejamento e Gestão Tributária	20h	13 e 14 de junho
13	Políticas e Mercados Agroindustriais	20h	11 e 12 de julho
14	Elaboração e Análise de Projetos	20h	08 e 09 de agosto
15	Vivências (módulo Internacional/Alemanha)	80h	setembro/outubro
16	Orientação Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)	10h	
17	Entrega do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)		dezembro/janeiro 2015
2015			
18	Lançamento Livro "Reflexão Cooperativista do Agronegócio"		EXPODIRETO 2015

Carga Horária do Curso: 370 horas