

Advanced MBA
Varejo

FIA BUSINESS SCHOOL
Quem sabe lidera.

VISÃO GERAL

O Advanced MBA é um programa de formação executiva que combina aprofundamento técnico, gestão e liderança. Este curso integra conhecimento profundo sobre toda a cadeia do varejo, da produção *à last mile* e à tomada de decisões nos negócios.

Disponível no formato presencial ou EaD 100% ao vivo, com aulas em tempo real e professores que combinam formação acadêmica sólida e experiência de mercado.

NA PRÁTICA

Aperfeiçoe a visão sistêmica do varejo, do planejamento de distribuição e vendas e das estratégias de precificação até a gestão de redes e ecossistemas de parceiros. Desenvolva a liderança de equipes multidisciplinares e a aplicação de técnicas modernas de relacionamento e experiência do cliente (CX). Fortaleça seu entendimento sobre a nova loja, gerenciamento por categorias e atmosfera de loja, conectando gestão de marcas, inovação, viabilidade financeira e tecnologias emergentes para liderar a transformação dos negócios no varejo.

PARA QUEM

Para executivos, gerentes, coordenadores, consultores, franqueados e empreendedores que buscam liderar a transformação do varejo, otimizar estratégias comerciais e de CX, e aplicar dados e inovação na tomada de decisão estratégica do negócio.

APRENDIZADO DO CURSO

Integre conhecimento técnico e visão executiva para compreender as novas jornadas de consumo, avaliar o impacto da inteligência de dados e da automação no ponto de venda e estruturar recomendações estratégicas fundamentadas em dados. Desenvolva competências em liderança, negociação, gestão de marcas e visão empreendedora para otimizar operações, mobilizar equipes e conduzir projetos de crescimento e inovação no varejo.

Saiba mais

Índice

Mais Renomada Escola de Negócios do Brasil 4

Fundação Instituto de Administração 5

FIA Business School 6

Reconhecimento Comprovado: Rankings, Credenciamentos e Afiliações 7

Sobre o Curso 11

Matriz Curricular 13

Bloco Liderança e Visão de Negócios 19

Bloco Optativo Internacional 25

FIA BUSINESS SCHOOL

A mais renomada escola de negócios do Brasil.

Enquanto instituições muitas vezes produzem conhecimento pouco aplicável, fórmulas prontas e conteúdos superficiais. Na FIA, unimos base teórica sólida ao conhecimento especializado que dialoga com os desafios do mercado.

Em um ambiente que estimula conexões de alto valor, transformamos teoria em prática, pensamento em impacto. Porque pra nós, saber é agir.

Quem sabe lidera.



Unidade Pinheiros: Avenida Doutora Ruth Cardoso, 7.221
Pinheiros - São Paulo/SP

FIA – Fundação Instituto de Administração

Criada em 1980 por professores do Departamento de Administração da FEA-USP, a FIA – Fundação Instituto de Administração é uma instituição privada, sem fins lucrativos, reconhecida como uma das maiores referências em educação executiva, pesquisa aplicada e consultoria estratégica no Brasil.

Por meio de um Acordo de Cooperação Técnica com a Universidade de São Paulo (USP), a FIA desenvolve projetos em parceria que reúnem rigor acadêmico, visão de mercado e impacto real nos negócios e na sociedade.

Consultoria

FIA conta com uma equipe de consultoria composta por profissionais com formação multidisciplinar e especializada em gestão pública e privada.

Consultoria personalizada que oferece soluções baseadas em seu problema de negócio.

+8 mil consultorias

realizadas em mais de mil empresas privadas e órgãos públicos.



Você estuda onde o conhecimento vira decisão.

Desenvolva uma base teórica sólida e aprenda a selecionar e aplicar métodos de acordo com os desafios de cada negócio.



FIA Business School

A faculdade FIA Business School é mantida pela fundação FIA - Fundação Instituto de Administração. **Reconhecida como uma das mais tradicionais e respeitadas escolas de negócios do Brasil**, consolidou-se pela oferta de programas executivos premium de Graduação, Pós-Graduação, MBA, Mestrado Profissional, Doutorado Profissional, Extensões, Cursos In-Company, além de soluções educacionais customizadas para organizações dos setores privado e público, no Brasil e em diversos países.

Destaca-se como um dos mais importantes centros de educação executiva do país, faculdade responsável pela **formação de líderes, executivos e tomadores de decisão** preparados para atuar em um mercado cada vez mais complexo, tecnológico e global.

Está entre as escolas de negócios mais reconhecidas globalmente, com programas entre os **Top 100 do mundo** e acreditações internacionais que posicionam a instituição no seleto grupo de business school de padrão global.

Estudar na FIA Business School é preparar-se para liderar decisões estratégicas, transformar organizações e deixar um legado real no mundo dos negócios.



Reconhecimento Comprovado

A FIA Business School possui **reconhecimento nacional e internacional** por sua excelência em ensino executivo, reconhecido por rankings globais, credenciamentos acadêmicos e afiliações estratégicas que poucas instituições conseguem alcançar.

Enquanto a maioria das instituições alcança apenas requisitos regulatórios, como o MEC, a FIA é reconhecida internacionalmente, prestigiada com selos globais e excelência acadêmica orientada ao mercado corporativo. Nossos selos não são apenas “troféus acadêmicos”, eles atestam a qualidade do corpo docente, a consistência acadêmica, a metodologia premium, a relevância prática dos programas e a forte conexão com o mercado.

Rankings

QS Stars

A **1ª instituição brasileira a ser classificada**, destacando-se com nota máxima pela excelência em ensino, empregabilidade, educação em gestão e educação online.

Global Business Education Awards

Importante título de “Escola mais inovadora da América do Sul” pela European CEO. Uma publicação comandada por um time editorial composto por jornalistas e correspondentes dos veículos mais influentes do mundo.

QS MBA Executivo

O MBA Executivo Internacional obteve 5 estrelas e está entre os TOP MBAs, sendo o único do Brasil entre os 100 melhores do mundo. Destacando-se com uma das melhores pontuações globais.



3x eleita
a melhor escola
de negócios
do Brasil
pela ÉPOCA.

Credenciamentos

Ministério da Educação (MEC)

Integra as melhores escolas de negócios do Brasil, com **Nota 5 no MEC**.

Business Graduates Association (BGA)

2ª universidade brasileira a conquistar a acreditação internacional, **um dos selos mais rigorosos e respeitados do mundo**. Reforça nosso compromisso com excelência acadêmica, impacto real e elevados padrões de qualidade.

Association of MBAs (AMBA)

1ª escola brasileira a adquirir o credenciamento. Significando que a FIA atende aos mais altos padrões de qualidade internacional na educação em gestão.

Associação Nacional de MBA (ANAMBA)

Reconhecimento global que assegura padrões de excelência para MBAs, alinhados às melhores práticas internacionais.

European Foundation for Management Development (EFMD)

Os MBAs Internacionais são acreditados, garantindo padrões de excelência e posicionamento entre os **melhores do mundo.**

Business School Impact System (BSIS Impact)

Integramos um seleto grupo de menos de 100 escolas no mundo reconhecidas pelo BSIS Impact, avaliados pelo impacto gerado na economia, na sociedade e ecossistema.

Afiliações

Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)

Atesta a conformidade com **elevados padrões de excelência** em ensino, currículo, recursos e resultados dos alunos.

Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED)

Associação científica sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento e a excelência da educação a distância.

Principles for Responsible Management Education (PRME)

Com base no Pacto Global da ONU, promove práticas de **responsabilidade social na educação executiva**.

Mais que um diploma, uma marca global no seu currículo.



Sobre o curso



Objetivo

- Formar líderes e gestores para atuação em posições de comando em organizações ligadas direta ou indiretamente ao mercado de consumo
- Atualizar conhecimentos, apresentando e discutindo conceitos e métodos relativos às diferentes áreas da gestão de negócios no varejo e nos serviços
- Instrumentalizar os alunos para que apliquem na prática os conceitos estudados
- Construir um foro de discussão de ideias e de intercâmbio de conhecimentos entre os alunos

Corpo Docente

O corpo docente conta com professores altamente capacitados com experiência no mundo corporativo. Nos critérios de seleção do corpo docente, são priorizadas sua qualificação e experiências profissionais nas distintas matérias, de maneira que o curso permita não somente a transmissão de conhecimentos, mas também experiências enriquecedoras.

Aqui é onde líderes se formam para transformar o futuro.



Matriz Curricular



TENDÊNCIAS DO VAREJO BRASILEIRO E MUNDIAL

Tendências e Perspectivas para o Varejo

- Mapeamento dos perfis comportamentais e dos desafios dos alunos
- Integração dos alunos
- O papel do varejo na Economia
- Competências centrais do curso: como serão trabalhadas durante as disciplinas
- O papel do profissional de Varejo na gestão de sua própria carreira: protagonismo

Pesquisa de Mercado

- Sistema de inteligência de mercado
- Técnicas analíticas: estudos de sensibilidade, análise de valor percebido
- Ferramentas essenciais de pesquisa: parametrização, tipos de pesquisa, amostragem, dimensionamento, caracterização de demanda de mercado

Comportamento do Consumidor Omnichannel

- Contexto histórico do consumo e surgimento do consumidor moderno
- Os novos cenários mercadológicos
- Análises preditivas de comportamento e consumo
- Conceito e foco estratégico dos estudos de comportamento do consumidor
- Os novos consumidores: novas necessidades e demandas, suas características e perfis
- O consumidor colaborativo e o varejo co-criativo
- Os novos cenários demográficos e econômicos e as novas fronteiras do consumo

CRM, Fidelização e Programas de Recompensa

- Gestão de relacionamento: o que é? como funciona?
- Evolução no tempo
- Custo, benefícios e desafios de gestão de relacionamento
- Estratégias de marketing de relacionamento: jornada do consumidor, consumer experience, gestão de campanha e RFV (Recência/Frequência e Valor)
- Dados: aspectos da Lei de Proteção de Dados para a gestão de relacionamento, DBM (database marketing) e automação de marketing
- Retenção e lealdade dos clientes: o valor do cliente ao longo do tempo (customer equity/lifetime value/brand lover)
- Programas de relacionamento, lealdade, fidelização e recompensa
- Inovação e soluções para o varejo

EXPANSÃO FÍSICA E DIGITAL NO VAREJO

Formatos de Varejo e Experiência do Cliente

- Varejo: conceitos e classificações
- O papel do varejo na Economia
- Os números do varejo no Brasil e no mundo
- Principais players dos diversos segmentos do varejo
- Novos modelos de varejo
- Varejo multicanal e multiformato
- Busca pela excelência nos processos e na gestão
- Diferenciação versus custos
- O relacionamento varejo-indústria
- Os desafios do varejo em empresas de serviços
- Best practices de empresas varejistas brasileiras e internacionais - apresentação de casos
- Tendências do varejo: customer centricity

Geolocalização e Expansão no Varejo

- Localização e GeoMarketing: definição e histórico, exemplos de aplicações
- A importância das questões geográficas
- Os pilares do processo de expansão: base técnica, base estratégica e base metodológica

Varejo Digital e Conversão em Redes Sociais

- E-commerce - Panorama mundial e brasileiro
- Comércio eletrônico – modelos de negócio
- Mercados B2C, D2C, P2P
- Oportunidades e inovações no setor varejista
- Limitações ao crescimento no varejo digital
- Modelos de negócio apoiados pelo digital: economia circular, sharing economy
- Modelo de recorrência
- Casos de sucesso de negócios online no Brasil e no mundo
- Conversão em redes sociais

BRANDING E VISUAL MERCHANDISING NO VAREJO

Aprimorando Soft Skills por Meio do Coaching

- Conhecer e reconhecer as habilidades, características e potenciais
- Investigar objetivos, propósito, princípios e valores
- Entender mais sobre medos e bloqueios que dificultam o crescimento

- Gerar autoconhecimento e subsídios para mais autonomia e protagonismo
- Ampliar a visão sobre habilidades comportamentais e impactos no ambiente profissional
- Conhecer mais como monitorar o desenvolvimento de soft skills

Trade Marketing e Gerenciamento por Categorias

- 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
- Visão geral do GC – conceitos básicos
- A análise e o papel das categorias
- As estratégias e objetivos de cada categoria
- Definição das categorias
- As táticas e ações das categorias
- O gerenciamento de categorias como ferramenta na busca por resultado e vantagem competitiva
- Estratégia da empresa e definição de planogramas
- Criação de parcerias indústria-varejo

Ambientação de Loja e Visual Merchandising

- Experiência e sinestesia de produto/marca por meio de linguagem, rituais e comportamentos
- Apresentação do produto e comunicação da marca dentro da loja
- A importância da ambientação, do leiaute e da visual merchandising para o varejo físico e online
- Design do ambiente de loja
- Atmosfera de loja como um elemento de estratégia da marca e do negócio
- Tipos de leiautes mais utilizados nos diferentes segmentos
- Visual Merchandising – características, objetivos de adoção, planejamento, recursos e ferramentas
- Técnicas e regras práticas para obter os melhores resultados no varejo

Marcas Próprias no Varejo

- Conceito e origem de marcas próprias
- Tipos de marcas próprias e posicionamento

- Benefícios das MPs para o varejista
- Interesses das indústrias pelas MPs
- Etapas do desenvolvimento de marca própria
- Dificuldade das MPs no Brasil

REVENUE MANAGEMENT, GESTÃO DE CRÉDITO E TECNOLOGIAS DE PAGAMENTO NO VAREJO OMNICHANNEL

Revenue Management e Rentabilidade no Varejo

- Introdução à Gestão de Receita (Revenue Management)
- Precificação estratégica ao consumidor - valor vs. preço: o desejo de pagar
- Posicionamentos estratégicos básicos
- Elasticidade de preço
- Elasticidade simples vs. cruzada
- Posicionamento de categoria/marca
- Índices de preço
- Ferramentas de precificação (segmentação, bundling, promoção, candle light, arquitetura de pacote e preço)
- Formação de preço ao consumidor e ao varejista: componentes estruturais
- Tensão entre o direito de precificar e a pressão de custos
- Diferença entre margem e mark-up
- Modelos básicos de precificação
- Substituição tributária
- Análise da margem operacional: como o valor do preço flui para margem

Gestão Estratégica de Crédito no Varejo

- Fontes de financiamentos para a operação e para o cliente
- Modalidades de crédito
- Ação mitigadora de riscos financeiros
- Processo de análise de crédito – pessoas físicas
- Processo de análise de crédito – pessoas jurídicas
- Análise de balanços
- Credit scoring
- Garantias
- Formalização da proposta de crédito
- Monitoramento e cobrança

Tecnologias de Pagamento no Varejo

- Tecnologias de pagamento – emissão e processamento
- Mercado e tendências

- Identificação dos atores do core banking: IP (Instituição de Pagamento), adquirente, subadquirente
- Facilitador - gateways e arranjos (meios) de pagamento
- Integração de BaaS: Banking as a Service à indústria do varejo
- Legislação pertinente: open banking, conta de pagamento utilizada pelas instituições de pagamento para registros de transações de pagamento de usuários finais, PIX e PLD (dos crimes de "lavagem" ou ocultação de bens, direitos e valores)
- Blockchain e novas tecnologias como validadores de transferência
- Blockchain como validador de transferência

SIMULAÇÃO EMPRESARIAL APLICADA AOS NEGÓCIOS

Simulação de Gestão Empresarial num Mercado Simulado

- Tomada de decisões estratégicas e operacionais visando à aplicação dos principais conceitos de administração geral
- Administração de vendas e precificação
- Administração financeira orçamentária
- Administração de RH e sua gestão com a avaliação imediata dos impactos nos resultados das empresas simuladas

Bloco

Liderança e Visão de Negócios



LIDERANÇA E VISÃO DE NEGÓCIOS

Comportamento Humano e Autoconhecimento

- Comportamento individual e de grupo: personalidade, valores, percepção e vieses
- Autoconhecimento e inteligência emocional
- Motivação e engajamento no trabalho
- Identificação de soft skills e elaboração do plano de desenvolvimento individual

Desenvolvimento de Pessoas e Competências

- Competências e soft skills no contexto organizacional
- Identificação e desenvolvimento de competências individuais e coletivas
- Aprendizagem e práticas de desenvolvimento de pessoas
- Avaliação de competências e desempenho, considerando critérios éticos e vieses

Liderança, Cultura e Habilidades Políticas

- Papel da liderança no desenvolvimento de pessoas e equipes
- Equipes de alto desempenho: colaboração, segurança psicológica e inclusão
- Cultura organizacional e gestão da mudança
- Relações de poder, habilidades políticas e influência ética: leitura do contexto, construção de redes e articulação de interesses
- Bem-estar e prevenção de riscos psicossociais no trabalho

Comunicação Aplicada aos Negócios

- Comunicação interpessoal e em grupo para a resolução de problemas
- Escuta ativa, empatia e comunicação não violenta
- Feedback e conversas de desenvolvimento
- Comunicação persuasiva, negociação e gestão de conflitos

Temas Contemporâneos em Liderança

- Desafios da liderança diante das transformações do trabalho e das organizações
- Liderança em contextos de mudança, incerteza e transformação digital
- Liderança em situações de crise
- Temas contemporâneos

Trajetórias e Práticas de Liderança

- Experiências e desafios nas trajetórias de líderes
- Análise de práticas e decisões em diferentes contextos organizacionais
- Impactos da atuação dos líderes nas organizações e nas pessoas
- Aprendizados com base em casos e depoimentos

Estratégia Empresarial e Competitividade

- Definição e conceitos de estratégia
- Missão, visão e valores
- Análise do ambiente interno e do ambiente externo
- Análise da cadeia de valor, dos fatores críticos de sucesso e das vantagens competitivas
- Modelos VRIO, PESTAL e das 5 Forças de Porter
- Análise SWOT
- Produção do planejamento estratégico
- Uso de inteligência artificial como apoio à análise do ambiente interno e externo

Economia Aplicada e Cenários Econômicos Globais

- Premissas e definições de Economia aplicadas aos negócios
- Definições de oferta, demanda e elasticidade e suas aplicações
- Classificação dos mercados de acordo com a estrutura competitiva
- Aplicação da teoria dos jogos
- Principais agregados macroeconômicos
- Políticas macroeconômicas como instrumento de gestão (políticas fiscal, monetária e cambial)
- Técnicas de produção e análise de cenários econômicos, inclusive com o apoio de ferramentas de inteligência artificial

Governança, Liderança e Ética

- Estruturas de governança e o papel dos conselhos na busca da sustentabilidade corporativa
- Liderança ética e responsável em tempos de IA e dados
- Dilemas éticos e tomada de decisões responsáveis no contexto do mundo BANI
- Programas de compliance e integridade

Sustentabilidade

- Sustentabilidade empresarial e Agenda 2030 (ODS)
- Papel dos negócios na descarbonização da Economia
- Responsabilidade social corporativa
- Indicadores e relatórios integrados de sustentabilidade e de responsabilidade social
- Protagonismo do Brasil, suas instituições e empresas no enfrentamento da Emergência Climática

Ambiente Legal de Negócios: Direito Societário

- Tipos de sociedades empresariais e suas características
- Acordos de acionistas e cláusulas essenciais
- Responsabilidades legais e de reputação dos administradores e sócios

- Novas fronteiras regulatórias da IA, governança de dados e compliance digital, com responsabilidade algorítmica

Gestão de Operações e Processos

- Sistema de produção e operações de serviços
- Visão de processos na gestão de operações
- Mapeamento de processos e identificação de gargalos, com teoria das restrições, análise e melhoria de processos
- Ferramentas de melhoria contínua
- Gestão estratégica das operações
- Seleção e implementação de tecnologias digitais em operações

Gestão de Cadeias de Suprimentos e Logística

- Cadeias globais de suprimentos e cadeias globais de valor
- Gestão global de suprimentos, nearshoring e reconfiguração geopolítica
- Gestão estratégica de fornecedores e relacionamentos na cadeia
- Gestão de riscos na cadeia e resiliência
- Gestão de demanda na cadeia de suprimentos
- Gestão de estoques
- Gestão da logística
- Logística reversa e sustentabilidade
- Cadeia de suprimentos digital

Cálculo Financeiro e Análise de Viabilidade de Investimentos

- Noção de dinheiro no tempo: juros nominais x juros reais
- Cálculo e interpretação econômica relativas ao uso de operações que envolvam juros simples, juros compostos, incluindo transformações de taxas equivalentes para diferentes períodos
- Cálculo e interpretação de indicadores de viabilidade econômico-financeira (Payback Simples e Descontado, TIR e VPL)
- Seleção de alternativas de investimento e financiamento
- Apresentação de cuidados com o uso de IA para análise de investimentos e cálculos financeiros

Análise Financeira e Informação Contábil para a Tomada de Decisões

- Conexão entre decisões operacionais, de investimento e de financiamento empresarial sobre as demonstrações financeiras (BP, DRE e DFC)
- Interpretação econômica e estratégica das estruturas das demonstrações financeiras (BP, DRE e DFC), tendo em vista os interesses dos diversos stakeholders impactados pela organização (enfoque ESG)
- Cálculo e interpretação de índices financeiros (retorno, lucratividade, endividamento, atividade e liquidez)
- Apresentação de cuidados com o uso de IA para análise financeira

Inovação e Geração de Valor

- Conceito e tipologia de inovações e seu papel na geração sustentável de valor
- Inteligência Artificial e transformação digital como vetores de inovação
- Aprendizagem organizacional e liderança inovadora
- Cultura de experimentação e tolerância ao erro como fonte de aprendizado

Empreendedorismo e Modelos de Negócios

- Empreendedorismo e liderança em ambientes inovadores
- Identificação de oportunidades de inovações tecnológicas sustentáveis em mercados globais
- Empreendedorismo corporativo e intraempreendedorismo digital
- Plano e Modelo de Negócios
- Aplicação do Business Model Canvas com foco em inovação responsável
- Validação de hipóteses e pitch da proposta

A Importância da Análise de Dados para a Tomada de Decisão

- Empresa data driven
- Profissional data driven
- A importância da análise de dados para a tomada de decisão
- Exemplos de uso de técnicas de projeção, classificação e segmentação para a tomada de decisão
- Definição de inteligência artificial tradicional e inteligência artificial generativa
- Como a inteligência artificial pode ser utilizada nas diversas áreas da empresa: Finanças, Marketing, Recursos Humanos, Operações, Compras, Venda, Departamento Jurídico

Transformação Digital

- Transformação Digital: conceitos, evolução e contexto empresarial
- Jornada da Transformação Digital e sua implantação adequada nas organizações
- Novos modelos de negócio e experiência do cliente na era digital
- Maturidade digital, desafios e fatores críticos de sucesso
- Casos práticos de Transformação Digital
- A importância da Sustentabilidade em projetos de Transformação Digital e de IA
- Tecnologias emergentes

IA Generativa: Aplicações Práticas para Negócios

- Compreender, de forma objetiva, o funcionamento e as possibilidades da IA Generativa
- Identificar oportunidades de aplicação da IA em atividades profissionais

- Elaborar prompts mais eficientes para diferentes objetivos
- Utilizar IA para gerar, resumir, transformar e estruturar informações
- Utilizar IA como apoio à análise e à tomada de decisão
- Avaliar criticamente as respostas produzidas pela IA
- Reconhecer riscos relacionados com alucinações, vieses, privacidade e uso inadequado de informações
- Desenvolver um pequeno caso de uso de IA Generativa aplicável à sua realidade profissional

Estratégias de Marketing no Mundo Digital

- Estratégia de Marketing
  - Estratégia de marketing e análise de mercado e da concorrência
  - Segmentação de mercado, seleção de mercado-alvo e posicionamento
- Estratégias Go to Market
  - Desenvolvimento e gerenciamento de produtos
  - Estratégias de preços e valor para o cliente
  - Canais de distribuição e omnichannel
  - Estratégias de comunicação no mundo digital

Customer Centricity no Mundo Atual

- Comportamento do consumidor no mundo digital
  - Jornada e experiência do cliente (CX): atendimento às expectativas em ambiente digital e offline
  - Influências psicológicas, sociais e culturais no comportamento de consumo e compra
  - Tomada de decisão de compra do consumidor, comportamento online e tendências do consumidor digital e offline
- Customer insights no mundo digital
  - Coleta de dados e pesquisa de mercado e do consumidor: entrevistas e observação
  - Uso de insights para desenvolver estratégias de marketing, com personas e relacionamento de marca no mundo digital
- Satisfação, fidelização e valor do cliente
  - Satisfação e fidelização: direcionadores de satisfação, CRM, NPS, retenção e valor do cliente (CLV)
  - Marketing responsável: dados do cliente, privacidade (LGPD), emprego de inteligência artificial, ética e sustentabilidade

Bloco

Optativo Internacional



Optativo Internacional – ISEG

Explore novos horizontes por meio do nosso módulo optativo internacional que combina teoria avançada, aplicações práticas e networking internacional.

Em parceria com o **ISEG – Universidade de Lisboa**, referência internacional em gestão, você aprofunda conhecimentos em tendências globais, negociações e liderança. São vivências imersivas, com visitas técnicas e metodologias de ponta para enriquecer sua visão estratégica e ampliar suas oportunidades de atuação global.

CURSO: LEADING TO THE FUTURE

O que você vai vivenciar:

- Futurismo aplicado, cenários e estratégia
- Design estratégico e inovação
- Visitas técnicas e metodologia Scanning, Sensing & Acting
- Certificação internacional do ISEG Executive Education

CURSO: LIDERANDO COM IMPACTO

O que você vai vivenciar:

- Liderança estratégica em ambientes voláteis
- Simulador Harvard Everest Challenge
- Laboratório de inovação e visitas empresariais
- Competências de autoliderança, storytelling e gestão de equipes
- Certificação internacional do ISEG
- Uma jornada que transforma carreiras e abre portas para o futuro




FIA
BUSINESS
SCHOOL
Quem sabe lidera.