

CURSO: MBA em Gestão Estratégica de Cooperativas

EMENTAS: Disciplinas	Carga-Horária
Cooperativismo: fundamentação histórica, sociológica e ética: Cooperativismo: fundamentação histórica, sociológica e ética - A origem do cooperativismo no mundo. Os precursores do movimento cooperativista. Os pioneiros de Rochdale. Conceitos do cooperativismo. Tipologia da cooperação. Ciência da cooperação. A doutrina cooperativista. O movimento cooperativista internacional. O Sistema representativo do cooperativismo mundial. O Cooperativismo no Brasil.	30
Gestão do desempenho e potencial humano: O home e as organizações. Comportamento humano como fator estratégico. Teorias da personalidade. Determinantes do comportamento individual. Criatividade e inovação. Comunicação e gestão. Determinantes do comportamento grupal. Clima organizacional. Liderança. Desenvolvimento de talentos. Estresse no trabalho.	30
Direito aplicado às cooperativas: constituição, regulação e organização estrutural: Direito Cooperativo - Regime Jurídico das Sociedades Cooperativas – Instituições Financeiras Não Bancárias – Classificação – Sistema Nacional de Crédito Cooperativo – Legislação e Normativos aplicáveis à Cooperativa de Crédito.	30
Análise de cenários econômicos de cooperativas: Cenários Econômicos-Variáveis que afetam a formação dos prováveis cenários econômicos. O Funcionamento de um Sistema Econômico. O Sistema Financeiro Nacional. Os Mercados do Mercado: Mercado Monetário, Mercado de Crédito, Mercado de Câmbio e Mercado de Capitais.	30
Gestão financeira e orçamentária de cooperativas: Gestão financeira de cooperativas de crédito com ênfase em operações ativas, passivas, gestão do patrimônio líquido. Considerações sobre os resultados financeiros dos principais produtos e serviços. Gestão dos riscos e limites operacionais.	30
Mercado financeiro e análise de créditos: Mercado Financeiro: estrutura. Mercado Monetário, Mercado de Capitais, Mercado Cambial e Mercado de Crédito. Panorama do Mercado de Crédito no Brasil. Métodos de avaliação e classificação de risco de crédito. Behavior Score. Credit Score. Risk Rating. Os C's do Crédito. Gestão de Crédito. Recuperação de Crédito. Operações de crédito: valor, prazo, custos, produto. Garantias de crédito. Inadimplência. Crédito Pessoa Física. Crédito Pessoa Jurídica. Análise de Demonstrativos Contábeis e principais indicadores de avaliação de risco de crédito. Índice de Cobertura de Dívida. Índice de cobertura de juros. Classificação de risco: planilha de rating. Segmentação do crédito: porte, setores, especificidades de cada setor no processo de análise.	30

<p>Marketing estratégico e social para cooperativas: A promoção do cooperativismo é um dos grandes desafios para a expansão do setor no Brasil. Neste cenário, a Comunicação e o Marketing são ferramentas estratégicas fundamentais para a sustentabilidade e crescimento das cooperativas em um mercado dinâmico, competitivo e cada vez mais complexo. A disciplina <i>Marketing estratégico e social para cooperativas</i> apresenta conceitos e ferramentas para subsidiar a elaboração de planos e estratégias de marketing e comunicação integrada focados no segmento cooperativista. Além de desenvolver habilidades e visão crítica no aluno, a disciplina busca instrumentalizá-lo para estabelecer ações mercadológicas, de relacionamento e fidelização com o cooperado, assim como comunicação institucional e relacionamento com a comunidade, fortalecendo a marca da cooperativa.</p>	30
<p>Sistemas de informações gerenciais para cooperativas: A disciplina inicia-se com os conceitos básicos de sistemas de informação, passando pelos conceitos de sistemas de informação de apoio às operações para que, posteriormente, engendrem-se os conceitos de sistemas de informação de apoio à gerência. A partir destes últimos conceitos, aprofundam-se nos sistemas de informação gerencial, demonstrando a importância e os seus impactos nas operações empresariais. Em seguida, são trabalhados os conceitos e aplicações dos sistemas de suporte à decisão e dos sistemas de informação executiva para as táticas e para as estratégias empresariais, respectivamente. Transversalmente, aos sistemas de informação de apoio à gerência, são apresentadas tecnologias-base para a gestão de informações gerenciais: datawarehouse/datamart, datamining e business intelligence.</p>	30
<p>Planejamento estratégico e de mercado cooperativista: Planejamento estratégico nas organizações, com ênfase em instituições financeiras cooperativas. Mecanismos e ferramentas de acompanhamento e gestão do planejamento. Gestão da inovação e criatividade em Cooperativas.</p>	30
<p>Negociação: Considerando um ambiente altamente competitivo e um momento de crise que as organizações estão submetidas, a busca por resultados é ainda mais severa e exige muito mais de seus players. Quando isto acontece, uma das ferramentas mais importantes que se coloca à disposição dos empresários e executivos é a negociação em conjunto com a tomada de decisão. Como negociar efetivamente em um ambiente hostil e conseguir melhores resultados? Que conceitos utilizar? Que ideias serão vencedoras? Que posicionamento tomar? Que habilidades serão necessárias para uma boa negociação e ainda manter um bom relacionamento? Estas são perguntas que serão abordadas e debatidas no programa, em um clima de estudos de casos e simulações de negociações.</p>	30
<p>Gestão estratégica de pessoas em cooperativas: Apresentar noções da gestão de competências, caracterizando competências</p>	30

organizacionais e individuais; contextualizar a aplicação da gestão estratégica de pessoas em organizações do agronegócio, ressaltando o processo de desenvolvimento de equipes.	
Governança corporativa aplicada às cooperativas: Conceitos e funções nas organizações. Teoria de agência. Conselho de administração, Conselho Fiscal e Comitê de Auditoria. Mecanismos internos e externos de governança corporativa. O papel dos investidores institucionais na governança corporativa. Governança corporativa em cooperativas. Principais códigos de governança corporativa no Brasil.	30
Total = 360	