

**CURSO:** MBA em Gestão Estratégica de Empreendimentos Rurais e Agroindustriais

<b>EMENTAS: Módulos/Disciplinas</b>	<b>Carga-Horária</b>
Módulo Economia e Finanças	90
<b>Análise de cenários econômicos e mercadológicos do agronegócio:</b> Principais conceitos de Macroeconomia. Visão Internacional e Geoeconomia. Principais indicadores da economia brasileira. Noções de Microeconomia. Análise Setorial. Principais aspectos contemporâneos de empresas listadas na B3 ligadas ao agronegócio.	30
<b>Gestão financeira, contábil e orçamentária com foco em resultados:</b> Juros simples e compostos / Formas de descontos dos vários títulos / Sistemas de amortização de financiamentos / Critérios de avaliação econômica / Inflação e taxas de juros / Tributos e custos de financiamentos / Técnicas de análise de investimentos / Relação entre as técnicas de análise de investimentos / Críticas às técnicas de análise de investimentos.	30
<b>Mercado futuro e de opções, hedge e estratégias de barter:</b> Conceitos, produtos e operações nos mercados a termo, futuro e de opções. Hedge e especulação. Operações no mercado internacional. Base e risco de base, razão de hedge e volatilidade. Introdução ao mercado de opções sobre futuros.	30
Módulo Mercado e Negócios	120
<b>Agroindustrialização: agregação de valor aos produtos agrícolas e estratégias alinhadas ao mercado:</b> Conceitos fundamentais de agroindustrialização e cadeias agroalimentares. Agregação de valor aos produtos agrícolas por meio da agroindustrialização: beneficiamento, conservação e embalagens. Estudo de mercados que atuam fortemente com a transformação de produtos primários. Rastreabilidade, certificações e mercados sustentáveis. Estudos de caso sobre clusters agroindustriais. Bioeconomia e economia circular. Casos práticos de agregação de valor em cadeias como leite, café, frutas, oleaginosas e carnes.	30
<b>Gestão estratégica de vendas para o agronegócio:</b> A importância da função de vendas no composto mercadológico. Os principais conceitos relacionados às decisões na administração de vendas. Objetivos e funções da administração de vendas. Planejamento de vendas. Organização de vendas. Motivação de vendas. Técnicas de vendas. Controle de vendas.	30
<b>Marketing no agronegócio: estratégias para a qualidade, a visibilidade, a criação de marcas e valor de mercado:</b> Capacitar os participantes a desenvolver e implementar estratégias de marketing eficazes no agronegócio, compreendendo os princípios e conceitos fundamentais do marketing de serviço. A disciplina busca analisar o mercado e o comportamento do consumidor, desenvolver estratégias de marketing para produtos e serviços com	30

foco na qualidade, visibilidade da marca, criação de valor de mercado e fidelização de clientes, além de criar e gerenciar marcas fortes e relevantes. Também visa utilizar ferramentas de comunicação e marketing digital para promover produtos e serviços e avaliar o desempenho das estratégias de marketing para realizar ajustes quando necessário.	
<b>Negociação: estratégias para comunicação e relacionamento com a equipe e com o mercado:</b> As mudanças comportamentais na sociedade moderna e o aumento acelerado e constante da competitividade no mercado, exige uma compreensão aprofundada dos processos de negociação e da gestão de conflitos. Esta disciplina visa promover debates e reflexões que possam contribuir com a melhoria dos relacionamentos nas organizações rurais e agroindustriais, facilitando a tomada de decisões gerenciais para o alcance de resultados estratégicos.	30
<b>Módulo Gestão e Sustentabilidade</b>	90
<b>Associativismo, cooperativismo, arranjos produtivos locais: alianças estratégicas para a maximização de resultados:</b> Esta disciplina tem como objetivo explorar os conceitos, princípios e práticas do associativismo, cooperativismo e arranjos produtivos locais (APLs) como ferramentas estratégicas para a maximização de resultados. Serão discutidas as formas de organização, gestão e governança dessas iniciativas, bem como suas contribuições para o desenvolvimento socioeconômico e sustentável das comunidades.	30
<b>ESG - sustentabilidade ambiental, social e de governança corporativa:</b> Introdução ao ESG com análise dos objetivos de desenvolvimento sustentável e sua influência do mercado financeiro. Abordagem do alinhamento de princípios do capitalismo consciente com normas constantes do ordenamento jurídico brasileiro e o papel da liderança na implementação da agenda ESG. Impacto da agenda ESG na relação empresa e empregados/colaboradores. ESG: global a local, atividades e serviços; Gestão estratégica na cadeia de valor. Gestão dos impactos sociais e ambientais de produtos e serviços, envolvendo fornecedores, cliente final e etapa pós consumo. Fundamentos da Governança Corporativa. Mecanismos internos e externos de governança corporativa. Gestão Estratégica da Sustentabilidade na organização da gestão empresarial buscando equilíbrio entre a prosperidade econômica e a sustentabilidade.	30
<b>Gestão do desempenho e potencial humano com ênfase na liderança e gestão de pessoas:</b> Os novos paradigmas da liderança nas organizações. A liderança de equipes de trabalho. Liderança: poder x autoridade. Liderança e motivação humana.	30
<b>Módulo Inovação e Tendências</b>	60
<b>Tendências e inovações no agronegócio:</b> Este curso aborda as principais tendências e inovações tecnológicas no agronegócio, integrando conceitos da Quarta Revolução Industrial com práticas	30

<p>agrícolas avançadas. Discutiremos a aplicação de tecnologias como IoT (Internet das Coisas), IA (Inteligência Artificial), e robótica na automação e monitoramento agrícola. Além disso, exploraremos avanços em Biotecnologia, Melhoramento Genético, Bioinsumos, Análise Microbiológica, Sequenciamento de DNA e Estratégias de Controle Biológico, com ênfase em práticas sustentáveis, governança ESG e Créditos de Carbono.</p>	
<p><b>Sistemas Integrados de Gestão aplicados ao agronegócio:</b> A disciplina aborda os principais sistemas integrados de gestão aplicados ao agronegócio, enfatizando o uso de tecnologias modernas para otimizar processos produtivos e gerenciais em empreendimentos rurais e agroindustriais. Serão discutidos conceitos de sistemas ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), SCM (Supply Chain Management) e outras soluções tecnológicas voltadas para o agronegócio, incluindo tecnologias emergentes como IoT (Internet das Coisas), Big Data e Inteligência Artificial. Além disso, serão apresentados casos práticos e estudos recentes da área.</p>	30
<b>Total =</b>	<b>360</b>