



sãojudas ›
pós-graduação


MBA em Gestão Estratégica de Negócios Varejistas

Gestão & Negócios



Sumário

- 3 **Por que oferecemos o curso?** →
- 4 **Para quem é o curso?** →
- 5 **Programa do curso** →
- 10 **Conheça nossa metodologia** →
- 15 **Quem somos** →
- 16 **Nossas unidades** →



Por que oferecemos o curso?

OFEREÇA SOLUÇÕES QUE AGREGUEM VALOR PARA AS EMPRESAS

Em um cenário cada vez mais desafiador e de acirrada competição entre as organizações, mais do que nunca, o mercado precisa de profissionais capazes de identificar e oferecer soluções que, de fato, agreguem valor para a empresa. Nesse contexto, é fundamental o desenvolvimento de negócios varejistas com uma proposta inovadora, estratégica e sustentável.

Com esse intuito, o curso de MBA em Gestão Estratégica de Negócios Varejistas promove o desenvolvimento de habilidades gerenciais e empreendedoras de forma criativa e inovadora, apresenta uma visão holística e integrada da área, preparando para a formação e o engajamento de equipes e para a utilização de métodos modernos e reconhecidamente eficazes. Estratégia, pessoas, integração de cadeias de suprimentos, segmentação e formatação aplicados ao varejo, marketing de relacionamento, big data, ambientação e visual merchandising, além de jornada do consumidor são discutidos com dinamismo entre teoria e prática, proporcionando uma experiência única, que torna o curso ideal para quem deseja liderar a evolução das organizações varejistas de forma exponencial, seja como executivo ou empreendedor

Para quem é o curso?

O curso de MBA em Gestão Estratégica de Negócios Varejistas é voltado para profissionais com formação em todas as áreas do conhecimento, que ocupam ou pretendem assumir posições de liderança em organizações varejistas, bem como os que visam empreender em negócios próprios ou atuar como profissionais liberais.



Programa do Curso

DURAÇÃO: 2 semestres

TITULAÇÃO: Pós-Graduação Lato Sensu

1. Estratégia empresarial

- » Influências macroambientais: demográficas, econômicas, político-jurídicas, socioculturais e tecnológicas;
- » Economia globalizada e glocalização;
- » Revolução 4.0;
- » Modelos I/O e RBV com retornos acima da média;
- » Capacidades e recursos da organização;
- » Competição na indústria e análise dos concorrentes: grupos estratégicos, oportunidades, ameaças e considerações éticas;
- » Mapeando as naturezas da força competitiva na indústria;
- » A natureza da análise do ambiente interno: contexto, criação de valor e desafios;
- » *Drivers* de ações e respostas competitivas;
- » Mapeamento das competências: de essenciais para *core business*;
- » Criando e desenvolvendo competências essenciais e de *core*: análise de cadeia de valor e *outsourcing*;
- » Aplicação do modelo VRIO: critérios para vantagem competitiva sustentável;
- » Estratégias de aquisição e reestruturação;
- » Estratégias de cooperação;
- » Liderança estratégica;
- » Ações-chave em liderança estratégica;
- » Papel da governança corporativa.

2. Formação e gestão de equipes de alta performance

- » A dimensão humana das organizações e no mundo 4.0;
- » Teorias acerca da aprendizagem humana;
- » Ativos intangíveis e gestão de capacidades dinâmicas nas organizações;
- » Competências e estratégia competitiva;
- » Inteligência emocional;
- » Visão sistêmica: pensar além da lógica como um grande diferencial competitivo;
- » Liderança e motivação de equipes;
- » Criatividade e inovação;
- » Flexibilidade e tomada de decisão;
- » Processos envolvidos em modelos de avaliação de desempenho informatizado, interpessoal e autoavaliativo, integrados no modelo 360 graus.

3. Gestão integrada da cadeia de suprimentos

- » Logística e suas operações;
- » Fluxo logístico de materiais e serviços;
- » Composição da cadeia de suprimentos;
- » Custos logísticos;
- » Modais de transportes;
- » Logística reversa;
- » Ferramentas tecnológicas usadas nas operações logísticas.

4. Segmentação e formação de negócios varejistas

- » Visão geral do varejo: estrutura do varejo (tipificação das operações) e dinâmica da competição do varejo;
- » Modelos e métricas de inovação para negócios varejistas: *open source*, cocriação, *peer-to-peer* da economia do compartilhamento e *design thinking* para

- desenvolvimento de negócios varejistas com proposta de valor competitiva;
- » Marketing estratégico e o varejo: vantagens e diferenciais competitivos no varejo;
- » Segmentação de mercado e segmentação de marketing no mercado de varejo;
- » Posicionamento competitivo e mercadológico: especificidades do mercado varejista;
- » *Mindset* do consumidor na decisão de compras: influências e processo;
- » O estudo de comportamento do *Shopper*;
- » Comunicação no varejo, mix de comunicação, estratégias de promoção persuasivas e de incentivo no varejo;
- » *Trade marketing*: conceito, principais objetivos e interações;
- » Serviços no varejo: importância, criando experiência para o cliente e níveis de serviços;
- » P de Praça: localização (ponto de venda) e canais de distribuição;
- » Microlocalização e seus impactos;
- » Modelos gravimétricos;
- » Lojas on-line (*e-commerce*) e marketing digital no varejo;
- » TICs aplicadas ao varejo;
- » Estratégia de preço no varejo: segmentação, momento da compra e quantidade.

5. Marketing de relacionamento

- » Conceitos e bases de concepção;
- » CRM: definição e gestão de indicadores de relacionamento;
- » Customização e escala: *trade offs* e estratégias;
- » Benefícios aos clientes;
- » Programas e estratégias de fidelização.

6. Big data analytics

- » Definição e histórico;
- » Mineração de dados;
- » Evolução no tratamento dos diferentes modelos de bancos de dados;
- » *Big Data*: definição, características e gerenciamento;
- » Do processo de coleta ao processamento e à geração de conhecimento e sabedoria;
- » Novos tipos de dados em *Big Data*: semiestruturados e não estruturados;
- » Tratamento e gerenciamento;
- » Tecnologias fundamentais para *Big Data*: infraestrutura e interfaces;
- » Desafios estruturais;
- » Fundamentos do ecossistema Hadoop (*MapReduce*, *Data Lake*, HDFS);
- » Computação em nuvem;
- » Computação distribuída;
- » Internet das Coisas;
- » Bancos SQL e NoSQL;
- » Soluções em *Big Data*/Consumo;
- » Estudos de Caso;
- » Tendências;
- » Cientista de dados: perfil do novo profissional de dados;
- » Mercado atual e tendências.

7. Jornada do consumidor

- » Marketing do consumidor;
- » Comportamento do consumidor e transformação digital;
- » Hábitos de consumo;

- » Jornada de decisão do consumidor;
- » Conscientização, seleção, preferência e aquisição;
- » Estratégia de *omnichannel*;
- » *User interface* e *user experience*;
- » Análise de comportamento e metas de segmentação;
- » Jornada da lealdade;
- » Fases da jornada digital: consideração, postura ativa, compra e pós-compra;
- » Interação do cliente;
- » Ciclo da experiência;
- » Pontos de contato interativos;
- » Análise da perspectiva do público;
- » Análise da perspectiva empresarial;
- » Análise de resultados.

8. Ambientação e *visual merchandising*

- » Conceitos e bases de concepção;
- » Técnicas de ambientação do ponto de venda;
- » Técnicas de *visual merchandising* do ponto de venda;
- » Ambientação e *visual merchandising* aplicados a ambientes digitais/eletrônicos;
- » Integração da ambientação e do *visual merchandising* com o marketing estratégico e holístico.

Conheça nossa metodologia

Apostando no ensino 100% digital, mesclamos conteúdos disponíveis em ambiente digital e encontros ao vivo, explorando ao máximo as potencialidades e benefícios de ambos.

→ A pós-graduação São Judas equilibra hard skills absorvidas com as trilhas disponíveis na plataforma com o desenvolvimento de soft skills com encontros ao vivo e on-line no formato de 6 e 12 meses.



Estudo no ambiente digital

Os benefícios do estudo no ambiente digital começam pela flexibilidade de horário que este modelo oferece

Ao ter o conteúdo já disponível no ambiente virtual o aluno consegue controlar seu próprio tempo de estudo, respeitando o seu tempo e ritmo de aprendizagem.



Encontros online “ao vivo” e em grupo

Auxiliam o seu aprendizado com e complementa o conhecimento com a troca de experiências e o networking.

Nos encontros online ao vivo, é possível desenvolver as soft skills (competências comportamentais), a exemplo do pensamento crítico, comunicação clara e eficiente, a mediação de conflitos e as características de liderança.

MÓDULOS

Nossa Pós-Graduação é composta por diversos formatos, todos com muito conteúdo e desenvolvimento.



Para os cursos de 12 meses, são quatro módulos de estudo. Cada um dos Módulos é formado por dois nanodegrees e um nanodegree experience, **totalizando 90 horas** de estudos síncronos (ao vivo) e assíncronos (autoestudo).

Para os cursos de 6 meses, são oito nanodegrees os quais possuem momentos assíncronos (autoestudo) e momentos síncronos (ao vivo) em grupo, **totalizando 240 horas**. As demais horas que compõem o currículo são trabalhadas por meio das Experiências, as quais trarão oportunidades de muita interatividade e networking.

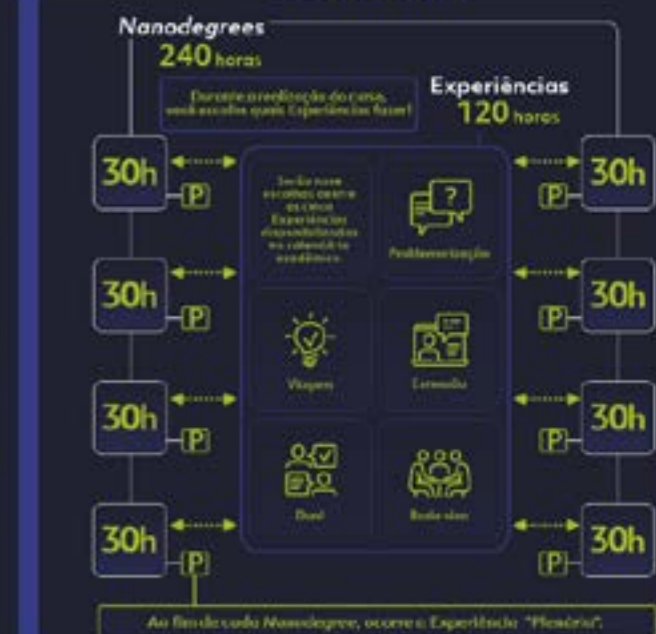


PÓS-GRADUAÇÃO ON-LINE (360 HORAS)

12 meses



6 meses





NANODEGREES

Os Nanodegrees são cursos que integram a sua Pós-graduação e te certificam ao longo da sua jornada.

Os nanodegrees objetivam o desenvolvimento de competências específicas associadas ao seu curso de formação e conferem certificações profissionais rápidas ao estudante.

Além disso, a cada Nanodegree, você participa de encontros virtuais e síncronos (ao vivo) com um mentor da área de conhecimento do seu curso.



FORMATOS:

- Video
- Leituras
- Podcasts
- Infográficos
- Experiências online síncronas



NANOEXPERIENCE

Os Nanodegrees Experience também são realizados por meio de encontros virtuais e síncronos (ao vivo), que propiciam momentos de interação e networking.

As habilidades mais técnicas se encontram nos estudos em ambiente digital, e o desenvolvimento das soft skills acontecem nos encontros online ao vivo e em grupo, essas experiências são: Plenária, Problematização, Roda Viva, Dual, Viagem e Extensão. Conheça algumas delas:

PARA OS CURSOS DE 6 MESES:

As Experiências constituem excelentes oportunidades para networking (ampliação da rede de relacionamento), trocas de conhecimentos, experiências, etc. Estas Experiências são compostas por:



PLENÁRIA: A cada Nanodegree teremos um momento de interação síncrono com um expert (professor especialista no assunto), no qual o estudante pode aprofundar seu conhecimento, esclarecer suas dúvidas, trocar experiências, etc. Nesta Experiência, o estudante é matriculado automaticamente e a oferta ocorre ao fim de cada um dos Nanodegrees.

PROBLEMATIZAÇÃO: Trata-se de uma metodologia de aprendizagem da nova era do conhecimento, onde o estudante, em grupos de trabalho, irá experienciar a identificação de questões-chave e fazer o mapeamento de problemas mobilizando suas hard skills (habilidades técnicas).

VIAGEM: É uma forma de aprender explorando as softs skills, que são habilidades comportamentais, indispensáveis ao profissional do mundo atual e muito requeridas pelas empresas.

RODA VIVA: São debates temáticos, que acontecem com a presença de um profissional (figura central da "Roda Viva") e que dialoga com mediadores, também convidados. A "Roda Viva" articula várias áreas de conhecimento e está diretamente relacionada com o cenário atual da profissão.

DUAL: Constituem Experiências de aprendizagem em ambientes reais do mercado de trabalho, em parceria com empresas e instituições, apoiando o estudante na sua preparação para enfrentar os desafios profissionais cotidianos.

EXTENSÃO: Amplo portfólio de cursos de curta duração e com temáticas inovadoras, distribuídos em todas as áreas do conhecimento, que possibilitam uma jornada personalizada ao estudante.



PARA OS CURSOS DE 12 MESES:

As Experiências constituem excelentes oportunidades para networking (ampliação da rede de relacionamento), trocas de conhecimentos, experiências, etc. Estas Experiências são compostas por:

ENCONTRO COM O ESPECIALISTA (ND):

A cada Nanodegree (ND) teremos um momento de interação síncrono com um professor especialista no assunto, no qual o estudante pode aprofundar seu conhecimento, dirimir suas dúvidas, trocar experiências, etc.

PROBLEMATIZAÇÃO (ND EXP): Trata-se de uma metodologia de aprendizagem da nova era do conhecimento, onde o estudante, em grupos de trabalho, irá experimentar a identificação de questões-chave e fazer o mapeamento

de problemas mobilizando suas hard skills (habilidades técnicas).

VIAGEM (ND EXP): É uma forma de aprender explorando as softs skills, que são habilidades comportamentais, indispensáveis ao profissional do mundo atual e muito requeridas pelas empresas.

PLENÁRIA (ND EXP): Conduzida por um expert, é o momento de sistematização do conteúdo, encerrando o Nanodegree Experience.



Quem somos

A história do Complexo Educacional São Judas Tadeu teve início em 1947, com o Curso de Admissão aos Ginásios do Estado, fundado pelos professores Alberto Mesquita de Camargo e Alzira Altenfelder Silva Mesquita, sua esposa. Em 1971, foram criadas as Faculdades São Judas Tadeu, com os cursos de Administração e Ciências Contábeis.

Hoje, a São Judas é a 2ª melhor universidade privada do estado de São Paulo, segundo o MEC, contando com mais de 97% dos professores mestres e doutores, e está entre as 10 universidades que mais formam CEO's no Brasil.

Nossas 11 unidades atendem mais de 37 mil alunos e contam com 207 laboratórios multidisciplinares e mais de 80 cursos de graduação, pós-graduação, mestrado e doutorado.

A Universidade São Judas tem por missão contribuir para a formação integral do ser humano por meio da excelência no Ensino, na Pesquisa e na Extensão e, para isso, investe em um modelo de ensino diferenciado, que rompe grades, disciplinas e isolamentos, fazendo com que o aluno se torne protagonista da sua formação.

A São Judas é uma Instituição da Ânima Educação, uma das **maiores organizações educacionais privadas de ensino superior do país**, com mais de 100 mil estudantes matriculados em São Paulo, Minas Gerais, Goiás, assim como no Sul e Nordeste do país. Seu objetivo é **transformar o país por meio da educação!**



Nossas Unidades

A Universidade São Judas está presente em 11 unidades no estado de São Paulo. Todas contam com infraestrutura completa, moderna e aconchegante, para que o aluno possa se desenvolver cada vez mais.

Ao todo, são mais de **207 laboratórios** modernos e equipados, que atendem às mais diversas áreas do conhecimento. [Ver unidades >](#)

Butantã

Av. Vital Brasil, 1000
Butantã - São Paulo - SP

CONHEÇA A UNIDADE

Cubatão

Rua São Paulo, 328
Centro - Cubatão

CONHEÇA A UNIDADE

Guarulhos

R. do Rosário, 476/496
Centro, Guarulhos - SP

CONHEÇA A UNIDADE

Jabaquara

Av. Jabaquara, 1870
Saúde, São Paulo - SP, 04046-300

CONHEÇA A UNIDADE

Mooca

R. Taquari, 546
Mooca - São Paulo/SP

CONHEÇA A UNIDADE

Paulista

Av. Angélica, 2565
Bela Vista - São Paulo - SP

CONHEÇA A UNIDADE

Santana

R. Voluntários da Pátria, 2624
Santana, São Paulo - SP

CONHEÇA A UNIDADE

Santo Amaro

Rua Alexandre Dumas, 2016
Santo Amaro - São Paulo - SP

CONHEÇA A UNIDADE

Santos | Campus Unimonte

Rua Comendador Martins, 52
Vila Mathias, Santos/SP

CONHEÇA A UNIDADE

São Bernardo do Campo

Av. Pereira Barreto, 1479
Baeta Neves, São Bernardo do Campo - SP

CONHEÇA A UNIDADE

Vila Leopoldina

Av. Imperatriz Leopoldina, 112/184
Vila Leopoldina, São Palo - SP

CONHEÇA A UNIDADE



sãojudas
pós-graduação

ecossistema
ânima

Saiba mais sobre o
curso e sobre nossa
metodologia.

Acesse pos.usjt.br

Pós-graduação São Judas

PORQUE UM NOVO MUNDO VEM AÍ.

WhatsApp | (11) 2394-2246