Cardápio de assuntos é variado

Renovação constante da grade de cursos cria temas como vinho e biologia aplicada a consumo

Igor Giannasi

Não há limites para o conhecimento. Como são considerados livres, não há restrições para os assuntos abordados nos cursos de pós-graduação lato sensu. Assim, a cada semestre, as instituições de ensino lançam mão da criatividade e renovam a grade de cursos de especialização para conquistar interessados em focar a atuação em campos cada vez mais específicos.

Um dos cursos recentes do Centro Universitário Senac (www.sp.senac.br), cuja primeira turma começou no segundo semestre de 2005, é a especialização em Gestão de Serviços de Bebidas com Ênfase em Vinhos. "É um curso para formar pessoas que tenham uma boa noção de como a bebida é produzida, mas que também possam atuar no mercado de vinho", diz o médico radiologista Niazi Dias Rubez, aluno do curso e aficionado pela bebida.

Pode parecer estranho, mas a área de vinho não está tão distante assim do campo de atuação de Rubez. "O vinho sempre atraiu muito os médicos. É o remédio mais antigo", diz ele. Seu projeto de conclusão de curso irá abordar o vinho e a medicina numa perspectiva histórica.

O médico se interessou em procurar a especialização após ler, em julho do ano passado, uma reportagem no **Estado** sobre segunda carreira. Na semana seguinte já estava matriculado no Senac. Após concluir o curso, ele pretende conciliar a rotina no hospital com o trabalho de consultor. "Existe um mercado muito grande de cursos, aulas, palestras", acredita.

Entender melhor o ser humano nas suas relações de troca. Esse é o objetivo do curso de pós-graduação em Ciências do Consumo Aplicadas da Escola Superior de Propaganda e Marketing (www.espm.br). "As pessoas não vão sair daqui com fórmulas. Elas vão entender profundamente o que é um indivíduo", afirma o coordenador do curso, Mário René Schweriner. O diferencial das aulas, segundo ele, será a abordagem do comportamento do consumidor através do emprego da biologia e das neurociências. "Isso não existe no Brasil."

Curso investe em criatividade para bater chineses no setor calçadista

CRIATIVIDADE

Se não dá para vencer os chineses pelo preço, que seja pela criatividade. Esse poderia ser o lema do curso de especialização em Design para Criação e Desenvolvimento de Calçados e Acessórios da Faculdade Santa Marcelina (www.fasm.edu.br). O coordenador do novo curso da tradicional instituição na área de moda, Guto Marinho, diz que com a invasão chinesa de produtos do setor, o importante para a indústria nacional é investir no design. Ainda assim, a intenção é que o curso seja abrangente. "Ter não só o feeling de criar, mas entender todo o processo de gestão desse produto no mercado", diz Marinho.

Pela primeira vez, o Centro Universitário Maria Antonia (www.usp.br/mariantonia) realiza o curso de especialização em Linguagem das Artes, coordenado por Rosa Iavelberg, diretora do centro e professora da Faculdade de Educação da Universidade São Paulo. O curso irá abordar artes visuais, dança, música e teatro. "Numa formação para que o educador possa trabalhar interdisciplinarmente tanto com as linguagens da arte quanto com as outras disciplinas", explica Rosa.

Apesar de ter os educadores como público alvo, bacharéis de outras áreas também podem se interessar. "Hoje é muito diversificado o que se pode fazer com arte nas práticas profissionais", afirma a coordenadora. ●

VIVI ZANATTA/AE

VERSATILIDADE - O médico Niazi Dias Rubez faz pós-graduação de gastronomia com ênfase em vinhos

Cursos de MBA são cada vez mais específicos

...Para atender às exigências do mercado, os cursos de MBA também têm se tornado mais específicos. Um exemplo é o curso de MBA Executivo em Gestão de Saúde do Ibmec São Paulo (www.ibmecsp.edu.br). "Os profissionais do setor de saúde começam a evoluir e são demandados a assumir carreiras de gestão", analisa o coordenador do curso, Carlos Alberto Suslik. "Só que quando ele vira esse gestor, muitas vezes ele não tem a expertise de gestão."

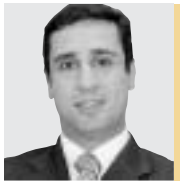
O curso é concluído em 18 meses e possui 15 disciplinas. Ao final, os alunos elaboram um plano de negócios. Iniciado em 2004, o MBA possui uma parceria com o Hospital Israelita Albert Einstein.

Depois de formar três turmas fechadas para uma instituição financeira, a Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (Fipecafi) resolveu abrir seu curso de MBA em Controles Internos (Compliance) para os demais interessados. "As instituições financeiras têm de obedecer regras dos acordos da Basiléia (acordo de internacionalização da atividade bancária) e do Banco Central. Elas têm de cuidar das normas externas e das normas internas em relação à transparência, à governança corporativa, ética, responsabilidade socioambiental e às áreas de risco operacional", explica o coordenador do curso, Geraldo Barbieri.

Segundo ele, esse MBA da Fipecafi (www.fipecafi.com.br) é voltado para profissionais das áreas de direito, contabilidade, finanças, meio ambiente e psicologia.

Na Universidade Anhembi Morumbi (www.anhembi.br), o curso de MBA em Marketing de Serviços é uma variante do curso tradicional de marketing. A iniciativa de montar essa turma específica, segundo o diretor da área de pós-graduação da instituição, Marcos Carvalho, é que de acordo com o IBGE, 57% do valor do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro corresponde ao setor de serviços. As aulas são quinzenais, às sextas e sábados, além de haver palestras com profissionais do mercado e com empreendedores de sucesso. O aluno poderá ainda fazer um módulo no Chile. ● I.G.

Escolha da instituição é fundamental



Marcelo **Mandeli***

Há aproximadamente dez anos, um executivo que chegasse a cursar um MBA tinha diferencial garantido no mercado de trabalho. O fenômeno arrastou centenas de profissionais para cursos no exterior em busca da nova chave para o sucesso na carreira nos anos 90.

Posteriormente, assistimos à proliferação dos programas do gênero em escolas brasileiras. A oferta cresceu assustadoramente em uma década, alimentada pela promessa de que o MBA seria a garantia de reconhecimento profissional e da condição necessária para se conquistar postos de comando nas empresas.

Essa febre do MBA resultou na popularização deste que seria um instrumento importantíssimo para melhorar a qualidade do management no País. A proliferação dos MBAs desvirtuou o propósito dos programas e criou uma indústria, diminuindo o impacto diferencial originário do MBA para sustentar o crescimento profissional e ou a inteligência de negócios dos executivos brasileiros.

O MBA deixou de ser a galinha dos ovos de ouro. Ostentar o título atualmente agrega pouco valor ao currículo dos profissionais. A grande questão hoje é saber onde esse MBA foi realizado. As empresas não querem mais um executivo com MBA. Eles querem um executivo com o curso em instituição consagrada e querem saber quais contribuições a formação trouxe à capacidade de produção do executivo.

É necessário redobrar o cuidado na escolha de uma instituição na hora de fazer o MBA. Os critérios têm de ser claros e o executivo não deve mirar o título, mas os benefícios reais que podem ser extraídos do programa.

Além das instituições reconhecidas, de qualidade inquestionável, é fundamental que ele esteja alinhado com os objetivos de vida, os valores e as metas profissionais. Se isso não for observado, o esforço para cursar o programa resultará em perda de tempo e desperdício de recursos.

Outro ponto fundamental é estabelecer benchmarks. É preciso estruturar quesitos para comparar os diversos programas e analisar similaridades com os oferecido pelas instituições americanas e européias, reconhecidas como as melhores do mundo.

Nas escolas brasileiras, recomendam-se cursos que tenham conexões e parcerias com escolas internacionais. Vários programas contemplam módulos no exterior, o que permite ao executivo freqüentar as aulas no Brasil e complementar seus conhecimentos em outros países, como os europeus, China, Canadá e EUA.

Outro fator importante a ser analisado é o critério de seleção das turmas. Quanto mais rigoroso for, maior a qualidade dos alunos que freqüentarão o curso. As melhores escolas têm a preocupação de formar turmas heterodoxas, criando um ambiente de discussões e de alta troca de informações. Elas são fonte de relacionamentos que podem trazer excelentes oportunidades de negócios e para a carreira.

Em suma, se há alguns anos ostentar o título de MBA abria automaticamente portas, agora, a sigla já não é uma palavra mágica. Mas feito em uma escola de qualidade, seja no Brasil ou no exterior, continua sendo um diferencial para a carreira e muitas vezes um importante critério de desempate por uma vaga. Mas não é o único: é preciso mostrar resultados e metas para conquistar o emprego dos sonhos. Mas o MBA é um sinal de que ele quer crescer, pessoal e profissionalmente.

* É headhunter, gerente de Sales Division da Michael Page

Curso deve dar prestígio e conhecimento

Luca Borroni **Biancastelli***

A perenidade da moderna corporação passa pela presença de um corpo executivo sempre mais sofisticado, dono das competências essenciais que embasam uma atuação responsável por uma performance sempre mais alinhada tanto com a sustentabilidade como com a geração de valor para o acionista.

A necessidade dos gestores de uma constante atualização de seus conhecimentos e de uma melhor capacitação gerou, nos últimos anos, um substancial incremento da demanda por programas de Educação Executiva, dos mais diferentes formatos e durações.

Para atender a essa demanda, as Escolas de Negócios estão continuamente desenvolvendo e oferecendo desde programas de curtíssima duração até cursos complexos de MBA (Master of Business Administration), cuja carga horária supera as 480 horas presenciais.

Como é natural que aconteça, no disputado universo da educação executiva existem cursos e escolas de diferentes níveis de qualidade. Quando se fala em MBA é importante entender as características do curso oferecido e se ele vai de fato agregar conhecimento ao gestor e prestígio ao currículo.

Essa tarefa nem sempre é fácil, especialmente no nosso mercado, onde existe uma clara confusão no que diz respeito ao verdadeiro sentido de um programa de MBA, que – pela sua natureza e como o próprio nome indica – é um curso de gestão, na sua essência.

No Brasil existem dois problemas principais ligados à oferta de MBAs. O primeiro encontra-se nos cursos que, aproveitando-se do charme mercadológico da palavra MBA, não apresentam um conteúdo preponderante de gestão nas suas diferentes facetas (gestão financeira, de operações, de marketing, estratégica, etc.), mas enveredam para outros caminhos.

O segundo é representado por escolas que oferecem curso de conteúdo e carga horária fracos, que não sustentam a geração de competências.

Em ambos os casos, os cursos não podem e não devem ser confundidos com verdadeiros programas de MBA, respeitados internacionalmente.

Então, como escolher um MBA consistente, sem incorrer no risco de pagar caro por um curso que pouco agrega, depreciando, às vezes, o currículo?

Para ajudar nessa escolha, a Anamba (Associação Nacional de MBA) credencia os programas oferecidos no Brasil, no intuito de divulgar os padrões de qualidade que definem um programa de MBA. A Anamba foi fundada em junho de 2004. Sua principal missão é promover a excelência e a inovação nos programas de MBA e seus derivados, por meio do respeito de seus padrões de qualidade, que visam melhorar constantemente as características das Escolas de Negócios no Brasil.

Também é prioridade manter o mercado informado sobre a qualidade dos diferentes programas, para que os candidatos, entendendo o significado e a importância do selo de qualidade, disponham de informações relevantes e sintam-se mais confortáveis no momento da escolha; e para que as próprias escolas se empenhem na busca da excelência.

* Secretário executivo da Anamba

Na falta de tempo, alternativa é recorrer ao ensino a distância

Instituições como FGV e Uninove apostam na flexibilidade de aulas online

A rotina do executivo é incerta. Reuniões, viagens, almoços ou jantares de negócios. Ao mesmo tempo, é impossível parar de se atualizar, correndo o risco de ficar fora do mercado. Mas para aqueles que não podem freqüentar uma turma regular de pós-graduação há a opção de cursos online. "A tendência é o aumento do uso da tecnologia na educação", aponta o diretor executivo do FGV Online, programa de ensino a distância da Fundação Getulio Vargas do Rio, Carlos Longo.

A primeira turma de MBA online da FGV-Rio teve início em 2004. O MBA Executivo em Administração de Empresas é oferecido com ênfase nas áreas de Gestão, Marketing, Recursos Humanos e Meio Ambiente. Além das aulas virtuais, durante os 18 meses do curso, os alunos participam de quatro aulas presenciais, em São Paulo ou no Rio. Como no MBA a importância da rede de relacionamentos é fundamental, é sempre estimulada a integração do grupo, seja nos encontros reais, seja nas aulas virtuais.

Em São Paulo, a FGV já atua na educação a distância desde 1997, tendo formado 1.500 alunos. Reformulado no início do ano, o programa GVNext, curso de especialização em Gestão para executivos, é semipresencial e tem 502 horas de atividades. Os alunos são constantemente avaliados em chats, fóruns, estudos de caso e trabalhos. "O curso tem uma flexibilidade muito grande. Não tem justificativa para faltar a uma atividade", afirma a coordenadora do GVNet, Marta Maia.

O curso online de Gestão Empresarial do Centro Universitário Nove de Julho (Uninove) está na quarta turma. "Até tempos atrás, a educação a distância era muito marginalizada no Brasil", comenta o coordenador do setor na Uninove, Ariovaldo Folino Júnior. Para ele, além da flexibilidade de horário, outra vantagem é que há um comprometimento maior do aluno no curso online.

Segundo o Anuário Brasileiro Estatístico de Educação Aberta e a Distância (Abraead) de 2006, houve no ano passado um crescimento expressivo – 48% – nos cursos de pós-graduação lato sensu e seqüenciais. Foram detectados 259 cursos dessas modalidades em 2004 e 385 em 2005. Entretanto, não há dados específicos sobre MBA.

Em site do MEC pode-se consultar os cursos credenciados

Mesmo com o otimismo dos profissionais das instituições que ministram o MBA online quanto a esses cursos, essa categoria ainda não é credenciada pela Associação Nacional de MBA (Anamba). A entidade, que certifica com um selo de qualidade os programas presenciais existentes no País, avalia que esse mercado ainda é incipiente. Mas não há nenhum preconceito por parte da Anamba, que no futuro também poderá conceder a certificação. "Desde que a escola seja séria e possa investir nessa modalidade de ensino a distância", afirma o secretário executivo da entidade, Luca Borroni-Biancastelli.

Portanto, para não entrar numa furada virtual, o melhor é pesquisar se o curso online é credenciado pela Secretaria de Educação a Distância do Ministério da Educação. A informação está no site http://portal.mec.gov.br/seed. ● I.G.

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 23 jun. 2006. MBA & Pós - Especial, p. H6 – H10.

CALENDÁRIO

Veja algumas das opções oferecidas por instituições em MBA ou pós

INSTITUIÇÃO	CURSO	CUSTO	INSCRIÇÕES	INFORMAÇÕES
Fundação Dom Cabral	MBA Empresarial	R$ 26.500	Abertas	www.fdc.org.br
	MBA Executivo	R$ 36.100	Abertas	
BSP	Executive MBA	R$ 36.520	Até um mês antes do início	www.bsp.edu.br
	PGE (502h)	R$ 15.200		
	International MBA	R$ 32.800		
	MBA Executivo	R$ 27.900		
IBTA	Gestão de Projetos em TI, Segurança da Informação, Logística Empresarial, Gestão da Tecnologia da Informação, Gestão de Negócios e outros	Entre R$ 10.224 e R$ 13.291	Até 30/8	www.ibta.com.br
Ibmec	MBA Executivo, MBA Finanças	R$ 36.480	Até 14/7	www.ibmec.br
	MBA Gestão em Saúde	R$ 18.400	Até 26/6	
	Certificate in Business Administration(CBA), Cert. in Financial Management (CFM)	R$ 18.170	Até 15/9	
FIA	MBA Admin. de Projetos, MBA Banking, MBA Comércio Internacional, MBA Conhecimento, Tecnologia e Inovação, MBA Finanças, MBA Gestão de Invest. e Mercados e outros	R$ 29.610	Durante o ano todo	www.fia.com.br
	MBA Internacional	R$ 31.500		
Senac	Gestão de Negócios	21 x R$ 590	Até 28/7	www.sp.senac.br
	Negociação em Eventos	15 x R$ 650		
	Fotografia, Trilha Sonora	21 x R$ 630		
	Design	21 x R$ 585		
	Moda	21 x R$ 670		
	Gastronomia	15 x R$ 760		
BBS	MBA Executivo	24 x R$ 960	Abertas para setembro	www.bbs.edu.br

INFOGRÁFICO/AE

CALENDÁRIO

Veja algumas das opções oferecidas por instituições em MBA ou pós

INSTITUIÇÃO	CURSO	CUSTO	INSCRIÇÕES	INFORMAÇÕES
ESPM	MBA Executivo	R$ 26.096	Até 14/7	www.espm.br
	Ciências do Consumo Aplicadas	R$ 17.710		
	1.ª Gerência em Gestão de Negócios	R$ 15.620		
	Comunicação com o Mercado, Gestão Empresarial e Inovação Tecnológica, Gestão de Vendas	R$ 17.710		
FGV	Pós em Direito do Estado e da Economia	R$ 17.000	Até 27/7	www.direito-rio.fgv.br
	FGV Management	Não divulgado	Até 19/8	0800-2855900
	Direito Econômico	R$ 19.973,61	Até 2/7	www.gvlaw.com.br
	MBA em Administ. de Empresas - On line	Não divulgado	Até 15/8	www.fgv.br/fgvonline
Eaesp-FGV	CEAG	R$ 30.192	Em setembro	www.fgvsp.br/ceag
	OneMBA	R$ 90.000	Até 15/7	www.fgvsp.br/onemba
	GVnet	De R$ 10.300 a R$ 14.900	Até 21/8	www.fgvsp.br/gvnet
	MPA	24x R$ 3.000	Abertas	www.fgvsp.br/mpa
	Administração Hospitalar e Sistemas de Saúde	R$ 16.650	Em setembro	www.fgvsp.br/ceahs
Mauá	MBA Gestão de Pessoas e Desenvol. Gerencial	18x R$ 920	Até 31/7	www.maua.br/mba
	MBA Executivo	15 x R$ 1.100	Até 7/8	www.maua.br/mba
	Mestrado em Eng. de Processos Químicos e Bioquímicos	R$ 600 (mensalidade)	Até 13/7	www.maua.br/posgraduacao
	Pós em Eng. de Processos Industriais	R$ 600 (mensalidade)	Até 13/7	www.maua.br/posgraduacao
Fipecafi	MBA em Auditoria Interna	R$ 20.800	Abertas	www.fipecafi.com.br
	MBA em Controller	R$ 25.580		
	MBA em Gestão Atuarial e Financeira	R$ 19.500		
	MBA em Mercado de Capitais	R$ 18.500		
	MBA em Tecnologia de Informação	R$ 24.500		

INFOGRÁFICO/AE

CALENDÁRIO

Veja algumas das opções oferecidas por instituições em MBA ou pós

INSTITUIÇÃO	CURSO	CUSTO	INSCRIÇÕES	INFORMAÇÕES
Anhembi Morumbi	MBA em Moda, MBA em Turismo, MBA em Maketing, MBA Exec. em Gestão de Vendas, MBA em Gestão de Informação	R$ 12.564	Abertas	www.anhembi.com.br
São Marcos	MBA em Gestão Universitária	15 x R$ 813,20	Abertas	www.smarcos.br
	Gestão Bancária e Negócios, Gestão da Educação Básica, Formação de Docentes de Língua Portuguesa para alunos surdos	12 x R$ 420		
UniFMU	MBA Gestão de Pessoas	18 x R$ 369	Até 15/7	www.fmu.br
	MBA Gestão Educacional	18 x R$ 328		
	Direito Ambiental	12 x R$ 528		
Faap	MBA Executivo	26 x R$ 1.215	Até 15/7	(0xx11) 3662-7270
Mackenzie	Administração de Negócios	12 x R$ 831,60	Até 23/7	www.mackenzie.br
	Direito Administrativo, TV Digital	18 x R$ 550,80		
Fecap	MBA Controladoria Estratégica	20 x R$ 657	Até 10/8	www.fecap.br
	Gestão Empresarial, Gestão de Recursos Humanos	16 x R$ 658		
	E-MBA Gestão em Educaçao	5 x R$ 375		
São Judas	Especialização e Capacitação de Docentes em áreas como Administração, Ciências Biológicas, Comunicação, Direito, Fisioterapia, Letras, Tecnologia, Língua Portuguesa, entre outros	Mensalidades entre R$ 445 e R$ 590	Até 3/8	www.usjt.br
Unicsul	Áreas de Educação, Direito, Odontologia, Tecnologia, Enfermagem, Meio Ambiente	Não divulgado	Abertas	www.unicsul.br/pos
Mercatus	MBA Executivo	R$ 13.000	Até 20/7	(0xx11) 3385-3101
	MBA Tradicional	R$ 8.000		

INFOGRÁFICO/AE

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 23 jun. 2006. MBA & Pós - Especial, p. H11 – H15