



# Grade Curricular

---

2023



# Metodologia Link

A metodologia da Link é fundamentada em três pilares: People Skills, Business Tools e Link Labs.

## People Skills

Quando falamos em empreendedorismo, é fácil se concentrar na ideia, na tecnologia e no problema a ser resolvido.

Mas o empreendedorismo é mais que isso: depende de pessoas.

Por isso a grade de People Skills é parte integrante e obrigatória do programa.

People Skills permitem que você compartilhe ideias, conecte-se com parceiros, investidores e clientes para assim, fazer negócios acontecerem.

Aprender People Skills vai ser a diferença entre ter sucesso duradouro ou não.

## Business Tools

Na Link acreditamos que é fundamental para todo empreendedor ter domínio sobre tópicos como: tecnologia, estratégia, operações, vendas, marketing, finanças, pessoas e cultura. Tendo sempre em mente que todas as frentes são permeadas pela busca constante de inovação, sustentabilidade e aplicação prática dos conceitos.

Em Business Tools integramos o conhecimento de profissionais renomados do mercado, professores e os estudos das novas tecnologias e tendências.

## Link Labs

Um espaço onde os nossos alunos têm acesso a um Business Mentor, atividades focadas no desenvolvimento das empresas, workshops, palestras, e ao Venture Building Program, a nossa aceleradora de negócios MI- 5.

O Link Labs permite que os nossos alunos tirem do papel os seus planos de negócios e tornem realidade cada uma de suas ideias.

# Trilha do semestre

## DISCOVERY

### 1º SEMESTRE

- 80H- Creating New Ventures
- 40H- Together We Grow
- 40H- Management I
- 80H- Finanças I
- 80H- Tecnologia I
- 40H- People Skills I
- 40H- Business Week I

## OVERVIEW DO SEMESTRE

O primeiro semestre foi estruturado para proporcionar a fundamentação de conceitos, focando nas área de finanças e empreendedorismo. As disciplinas estão voltadas à aplicação de conhecimentos, considerando o contexto do crescimento das startups no Brasil, tendo como ponto fundamental o desenvolvimento das habilidades de autoconhecimento, pesquisa, comunicação e trabalho em equipe.

## KNOWLEDGE

### 2º SEMESTRE

- 40H- New Ventures
- 40H- Estratégia I
- 40H-Legal I
- 80H- Finanças II
- 40H- Tecnologia II
- 40H- Gente & Gestão I
- 40H- People Skills II
- 40H-Business Week II
- 40H- Comunicação Efetiva

## OVERVIEW DO SEMESTRE

O segundo semestre está estruturado na ideia que, para a tomada de decisão, são necessários métodos, ferramentas, recursos e sistemas que direcionem os alunos a desenvolverem empresas. Nesse semestre focamos nos conteúdos de estratégia, transformação digital, modelos de negócios e como constituir legalmente a sua empresa.

## CONCEPT DEVELOPMENT

### 3º SEMESTRE

- 40H- Management II
- 40H- Estratégia II
- 40H-Legal II
- 80H- Finanças III
- 40H- Tecnologia III
- 40H- Gente & Gestão II
- 40H- Marketing I
- 40H- People Skills III
- 40H- Business Week III

## OVERVIEW DO SEMESTRE

O terceiro semestre promove as interseções geradas a partir do planejamento e da implementação de metodologias ágeis no acompanhamento, controle e tomada de decisões, no âmbito gerencial, econômico e financeiro das empresas. Por conta disso, a aplicação do conhecimento explora questões relacionadas a compreensão do mercado de capitais, realização de prototipação e implementação de estratégias.



# Trilha do semestre

## RESOURCING

### 4º SEMESTRE

- 40H- Management III
- 40H- Estratégia III
- 40H- Operações I
- 80H- Finanças IV
- 40H- Marketing II
- 40H- Gente & Gestão III
- 40H- Vendas I
- 40H- People Skills IV
- 40H- Business Week IV

## OVERVIEW DO SEMESTRE

O quarto semestre foca em conteúdos ligados a operação e crescimento de um negócio. O crescimento de um negócio está presente nas aulas de vendas, capital raise, estratégia e gente e gestão, enquanto os conteúdos conectados a operação vão ser encontrados nas aulas de finanças, operações e marketing.

## ACTUALIZATION

### 5º SEMESTRE

- 40H- Management IV
- 40H- Connecting the Dots
- 40H- Operações II
- 80H- Finanças V
- 40H- Estratégia IV
- 40H- Growth I
- 40H- Vendas II
- 40H- MArketing III
- 40H- People Skills V
- 40H- Business Week V

## OVERVIEW DO SEMESTRE

O quinto semestre focamos em tornar nossos alunos melhores gestores, uma vez que sua companhia foi criada e está crescendo, nesse semestre focamos na estruturação do negócio e empoderamento das lideranças.

## CONSOLIDATION

### 6º SEMESTRE

- 40H- Sustentabilidade & ESG
- 40H- Legal III
- 40H- Growth II
- 40H- Management V
- 40H- People Skills VI
- 40H- Eletiva I
- 40H- Eletiva II
- 40H- Eletiva III

## OVERVIEW DO SEMESTRE

O sexto semestre tem como objetivo ampliar a visão dos nossos alunos através de conteúdos que os ajudem a criar empresas duradouras.



# Trilha do semestre

## MONITORING

7° SEMESTRE

40H- People Skills VII

180H- Estágio Supervisionado

40H- Eletiva IV

40H- Eletiva V

40H- Eletiva VI

40H- Eletiva VII

40H- Eletiva VIII

40H- Eletiva IX

## OVERVIEW DO SEMESTRE

O sétimo semestre propõe um conjunto de atividades desenvolvidas no ambiente de trabalho de empresas inovadoras, visando à consolidação de redes de relacionamento e/ou ampliação dos modelos de negócios e de startups.

## RESULTS

8° SEMESTRE

40H- People Skills VIII

180H- Estágio Supervisionado

40H- Eletiva X

40H- Eletiva XI

40H- Eletiva XII

40H- Eletiva XIII

40H- Eletiva XIV

40H- Eletiva XV

## OVERVIEW DO SEMESTRE

No oitavo e último semestre do curso, os alunos consolidam o modelo de negócio de suas startups, definem seus mentores, próximos passos e expectativas de futuro.

# New Ventures



Fernando Nogueira



Victória Brunetta



Felipe Baeta



Leonardo Valença



Thomas Freier



Francisco Vicente

## Objetivo da Disciplina

O objetivo desta disciplina é oferecer uma simulação do início da jornada empreendedora. Os alunos, em equipes, precisam identificar necessidades reais de potenciais clientes, propor soluções, criar protótipos para validar essas soluções, e elaborar um modelo de negócio, usando diferentes ferramentas e métricas.

## Jornada do semestre

### 1ºS - CREATING NEW VENTURES

Processo de Ideação & Validação

- A importância do Storytelling para os negócios
- Empreendedorismo: Conceito e História
- Introdução ao Design Thinking
- Pesquisa e validação do problema
- TAM / SAM / SOM
- Proposta de Valor
- Criação de protótipo e MVP
- Criação de Planos de validação
- Criação de Pitch Deck

### 2ºS - NEW VENTURES

Lean Canvas

- Introdução do Lean Canvas
- Problem/Customer Segments
- Solution
- Solution/Key Indicators I
- Unfair Advantage
- Channels
- Cost Structure/Revenue Streams

### 1ºS - TOGETHER WE GROWTH

Empreendedorismo de Impacto

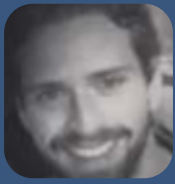
- Conscientização - Organizações Exponenciais e Propósito Transformador Massivo
- Percepção - Capitalismo Consciente X Capitalismo Regenerativo e Cisnes Verdes
- Transformação - Tipos de negócios de impacto: ONGS, modelos de negócios, modelo C
- Execução - Métodos e ferramentas para construção de projetos de impacto (Modelo-C - EPIC Resillience)
- Consolidação e Plano de Ação



# Finanças

## Objetivo da Disciplina

Fornecer uma base sólida de finanças para os alunos poderem navegar nas mais diversas situações, criando empresas sólidas e rentáveis no longo prazo.



Pedro Falanghe



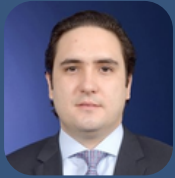
Guilherme Salvador



Tharsila Medeiros



Bruno Musa



Antônio Luz (Tony)



Alexandre Cracovsky



Rebeca Nevares



Ilan Ryfer



Felipe Cippiciani



Denis Morante



Matheus Vieira



Fernando Ruiz



Renato Mannis



Carolina Simões



Anderson Figueiredo



Daniel Aranha

## Jornada do semestre

### 1ºS - FINANÇAS I

#### Microeconomia

- Demanda
- Oferta
- Análise do Equilíbrio de Mercado
- Elasticidades e suas Aplicações
- Políticas Governamentais
- Teoria do Consumidor e Externalidades
- Produção, Custos e Lucro
- Estruturas de Mercado
- Competição Perfeita
- Estruturas de Mercado: Monopólio & Oligopólio
- Finanças Comportamentais
- Dinâmica Venda e Valor



### 2ºS - FINANÇAS II

#### Macroeconomia

- O valor monetário no tempo
- Ciclos econômicos
- Estudo da Economia
- O Produto Interno Bruto
- Dinheiro, preços e inflação
- Desemprego. Crescimento de longo prazo
- Indicadores socioeconômicos
- Política Fiscal e Contas Públicas
- Política Monetária
- Política Cambial
- Comércio internacional
- Mercado de Câmbio



## Jornada do semestre

### 3ºS - FINANÇAS III

#### Mercado de Capitais

- Sistema Financeiro Nacional
- Renda Fixa
- Renda Variável
- Análise Fundamentalista e Análise Técnica
- Fundos de Investimento
- Fundos de Renda Fixa
- Fundos de Renda Variável
- Fundo de Fundos
- Opções e ETFS
- FIIs E FI AGRO
- Teoria de Portifólio & Métricas de Risco de Investimento
- Mercados Eficientes
- Líquidos / Alternativos
- PIX, Digital Banking e Plataformas Digitais

### 4ºS - FINANÇAS IV

#### Valuation

- Princípios de valuation
- Cálculo de taxa de desconto
- Construção de modelo/ferramenta de valuation
- Cálculo da perpetuidade e valor terminal
- Valuation, sinergias e M&As
- Beyond valuation (Captable, Recap, Earn-outs, Stock-options, Safe, Exits, Liq. Prefs. etc)

### 5ºS - FINANÇAS V

#### Acesso ao Crédito

- Análise fundamentalista, Análise de demonstrativos financeiros
- Análise de Crédito
- Formas de Captação de Recurso
- Valuation para startups; Storytelling - fundamentos de negócio
- Finanças Comportamentais

# Management

## Objetivo da Disciplina

Fornecer os instrumentos para que os alunos possam inovar na abordagem de gestão e liderança para que a organização tenha sucesso no atual ambiente volátil e complexo dos negócios.



Renato Manis



Fernando Ruiz



Rafael Coelho



Juliana Minorello



Felipe Cippiani



Marcos Mello



Denise Cavalcanti



Giovanni Ravagnani



Arnaldo Rocha



Maira Magnani



Guilherme Susteras



Fernando Vieira

## Jornada do semestre

### 1ºS - MANAGEMENT I

#### Fundamentos de Contabilidade

- Papéis dos gestores e empreendedores
- KPIs financeiros, cash burn-rate, capital needs, CAC, LTV, MRR-QRR-ARR
- Valor presente e futuro, juros nominal e real, YoY growth, CAGR etc.
- DRE, BP, fluxo de caixa e outras DFs
- SG&A, CoGS, análise vertical, análise horizontal, caixa e competência, fluxo de Caixa, ciclo operacional, ciclo financeiro, tipos de custos
- Elementos do BP, estrutura de capital, alavancagem, CAPEX/OPEX
- VPL, Payback, TIR, Breakeven, ROI, ROE, ROA, ROS etc



### 3ºS - MANGEMENT II

#### Design como ferramenta

- Compreender as representações da marca, seus elementos no plano da comunicação visual
- Entender a marca e seu contexto.
- Compreender as estratégias da marca do ponto de vista do design e da comunicação visual

### 4ºS - MANAGEMENT III

#### Capital Raise

- Pitch de Capitação
- Anjos
- Aceleradoras
- Venture Builders
- Crowdfunding
- Seed funds
- VC, PE, IPO & M&A

## Jornada do semestre

### 5ºS - MANAGEMENT IV

#### Relações Institucionais

- Formação dos Estados Nacionais e descentralização do Poder.
- Estruturas de Governo
- Como mapear e engajar stakeholders governamentais na estratégia de negócio da sua empresa
- Relações Públicas, projeção de marca e gestão de crise
- O Poder Público como cliente
- Como aproveitar incentivos fiscais para otimizar o resultado financeiro do seu negócio



### 6ºS - MANAGEMENT V

#### Ciclos Econômicos

- Introdução a ciclos de negócio
- Ferramentas Matemáticas para análise e tomada de decisão (Cluster Análise e Regressão Linear)
- Noções de análise quantitativa do mercado de capitais
- Introdução a sistemas dinâmicos
- Tomada de decisão: perspectiva de profissionais do mercado.

### 6ºS - SUSTENTABILIDADE & ESG

- Surgimento do ESG
- Licença social
- B Corp
- Governança para sustentabilidade
- Matriz de materialidade
- Financiamento de negócios sustentáveis
- Estratégia de negócio sociais
- Mercado de carbono
- Cleantech



# Tecnologia



Leandro Schunk



Fernando Barra



Arthur Guttilla



Leandro Schunk



Admar Neto



Thiago Ávila



Priscila Sperandio

## Objetivo da Disciplina

Construir um conhecimento de base sólida sobre os fundamentos teóricos e práticos da tecnologia, preparando-o para entender os conceitos das novas tecnologias e de que forma elas podem gerar oportunidades, por muitas vezes disruptivas, de transformação nos negócios.

## Jornada do semestre

### 1ºS - TECNOLOGIA I

#### Conceitos Base

- Hardware, Software, Processamento de Dados e Sistemas de informação
- Linguagens de Programação
- Redes & Internet
- Cloud & Mobilidade
- Big Data
- Transformação Digital & Inovação
- Impactos Tecnológicos
- Ferramentas: Drive, Chat, Meet, Trello, Email, Agenda, Jamboard, Formulários, Sheets, App Sheet, Data Studio.



### 2ºS - TECNOLOGIA II

#### Tecnologia Emergentes

- Introdução à IA e Machine Learning + Atividade Turin + ChatGPT.
- Introdução à programação ou No Code
- Blockchain, Cripto, NFT, Web 3, Metaverso, AR, MR e VR
- Drone, Robótica, Impressão 3D
- IoT, 5G, Edge Computing



### 3ºS - TECNOLOGIA III

#### Data Science

- Base de dados
- Representação gráfica de dados
- Storytelling de dados
- Dashboards e soluções
- Looker Studio
- API's

# Estratégia



Felipe Martin



Gabriel Elias



Guilherme Almeida



Rodrigo Patch



Pedro Somma



Luisa Moraes



Lucas Milan



Thiago Ávila



Eduardo Souza



Eduardo Magnani



Stephany Fleury

## Objetivo da Disciplina

Tornar o aluno capaz de analisar e compreender características internas e as dinâmicas de mercado para construir um plano estratégico e criar vantagem competitiva relevante. Fazer o aluno compreender o modelo de negócio e quais alavancas relevantes para criação de valor e competitividade, entender forças e fraquezas internas, compreender as dinâmicas do mercado em que está inserido e mercados potenciais e desenhar um plano estratégico e torna-lo tático.

## Jornada do semestre

### 2ºS - ESTRATÉGIA I

#### Pensamento Estratégico

- Problem Solving
- TAM, SAM, SOM
- Cadeia de Suprimentos, Cadeia de Valor e PESTEL.
- Modelo de Negócio
- Proposta de Valor
- Ambição
- Ciclo de Vida
- Tipos de Estratégia
- Porter
- SWOT



### 3ºS - ESTRATÉGIA II

#### Tática e Modelo de Gestão

- Papéis de Estratégia
- SWOT & PESTEL
- 5 forças de Porter
- Posicionamento
- Oceano Azul
- Dinâmicas Competitivas
- Cultura
- OKR`s

## Jornada do semestre

---

### 3ºS - ESTRATÉGIA III

Estruturação de Problemas

- Guesstimation
- Profitability Framework + Breakeven
- Business Situation Framework
- ESG
- Teoria dos Jogos
- Como começar um negócio
- Cutting Edge technologies



### 4ºS - ESTRATÉGIA IV

Sobrevivendo ao mundo adverso

- Conflitos estratégicos e casos de uso
- Pesquisa de mercado
- Métodos de gestão, métodos de avaliação e engajamento
- Governança, Empreendedorismo e Gestão
- Product Market-fit
- Mercado adverso
- Transformando uma empresa



# Legal

## Objetivo da Disciplina

Fornecer os fundamentos necessários para um empreendedor conseguir compreender as estruturas jurídicas fundamentais para abrir e gerir um negócio, assim como realizar um captação com Venture Capital e Private Equity.



Marina Bozzola



Breno B.



Rodrigo Menezes



Fabiana Fagundes



Vinicius Fadanelli



Rafael Caixeta



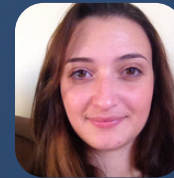
Lucca Moraes



Aline Bauermeister



Irina Santarossa



Juliana Massoni



Jessica L.

## Jornada do semestre

### 2ºS - LEGAL I

#### Contratos

- Lógica do Direito Privado
- Contratos
- Conceitos Elementares - Societário
- Sociedade limitada, sociedade anônima
- Acordo de Acionistas
- M&A e SPA



### 3ºS - LEGAL II

#### Venture Capital

- Principais conceitos: Venture capital, startups.
- Diferenças entre Private Equity e Venture Capital
- Ciclos de investimento
- Processo de Investimento
- Term sheet, due diligence e formar de investimento
- Principais cláusulas dos documentos aplicáveis

### 6ºS - LEGAL III

#### Tributário & Trabalhista

- Panorama sobre o Sistema Tributário
- Empregado e empregador
- Formas de contratação
- Governança Tributária e Planejamento Tributário
- Jornada de trabalho
- Remunerações

# Marketing

## Objetivo da Disciplina

Aplicar as etapas para elaboração do planejamento de marketing, analisando o seu alinhamento com o plano estratégico empresarial. Compreender todos os componentes do ecossistema de marketing de uma empresa. Explorar técnicas e ferramentas modernas para o atingimento das metas da empresa através da atuação do marketing.



Ana Nobrega



Eduardo Magnani



Ingrid Abdo



Heitor Cavalheiro



Juliana Boteon



Matheus Guisso



Renata Forner



Thiago Silva

## Jornada do semestre

### 3ºS - MARKETING I

#### Customer understanding

- Customer-driven organizations
- Marketing Mix
- Marketing Serviços
- Arquétipos/ Brand personas
- Consumer touchpoints
- Consumer understanding
- Research



### 4ºS - MARKETING II

#### Branding

- Introdução da disciplina - Propósito Pessoal
- Propósito de Marca
- Posicionamento de Marca
- Concorrência
- DNVB
- Brand Portfolio Strategy
- Brand Ethics



### 5ºS - MARKETING III

#### Cultura de Fã

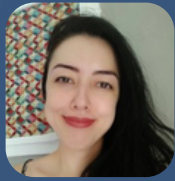
- o que é a Cultura de Fãs
- Pilares da Comunicação com Fãs: Objetivo e Audiência
- Plataformas
- Easter Eggs e Rabbit Hole no Universo do Business
- FanMap



# Vendas



Giovanni Salvador



Mari Nazima



Henrique Falcão



Eduardo Magnani

## Objetivo da Disciplina

Compreender os diferentes perfis de vendedores, skills, técnicas e conceitos necessários para cada função dentro de um time de vendas. Discutir sobre elaboração de um planejamento e gerenciamento de um pipeline de vendas permeando desde os primeiros esforços de prospecção ao gerenciamento do relacionamento com o cliente.

## Jornada do semestre

### 4ºS - VENDAS I

Criando uma maquina de vendas

- Customer Discovery
- ICP, persona, jornada, Job to be Done
- Go Market Model: Marketing (Intro), Pre-sales, Sales e CS (Intro)
- Processo Blueprint
- Playbooks
- Maquina de Vendas
- Definição de Metas + Modelo de Gestão



### 5ºS - VENDAS II

Gestão de Vendas

- Cultura de Vendas em Ambientes Desafiadores
- Pitch & Story Brand em Cenários Reais
- Reuniões de Vendas
- Negociação
- Fail Fast, Fail Often
- Gerenciamento Avançado de Cancelamentos e Devoluções
- Estratégias Avançadas de Vendas para B2B e B2C



# Growth

## Objetivo da Disciplina

Fornecer todos os insumos para que as empresas cresçam de forma acelerada e tenham a capacidade de fidelizar os seus clientes.



Vinicius Berghahn



Eduardo Magnani



Laís Ataíde



Leandro Sacramento

## Jornada do semestre

### 5ºS - GROWTH I

Desenhando a estratégia de Growth

- Growth at Early Stages
- Growth per Business Model
- Aquisição: Estratégia e Conceitos de Mídia
- Aquisição: Search, Viralidade e Influenciadores
- Retenção: Estratégia
- Retenção: CRM e Automação



### 6ºS - GROWTH II

Retenção de Cliente

- Awareness + Aquisição (AIDA)
- Ideation, Growth Mode e Aquisição
- Ativação (Experiência - UX)
- Retenção - Estratégia + CRM
- Retenção - Engagement (Accelerate current users)
- Retenção - Priorização
- Retenção - Churn (Restart churn users)
- Psicologia do Usuário + Growth Mindset + CRM

# Gente e Gestão



Bruna Segatto



Marcelo Soares



Fernando Ribeiro



Raissa Correa



Emilia Velloso



Matheus Guisso

## Objetivo da Disciplina

Definir e implementar processos de construção de times de alta performance, considerando as etapas de diagnóstico e desenvolvimento da cultura organizacional, marca empregadora, recrutamento, seleção, onboarding, plano de cargos e salários e desenvolvimento contínuo de equipes engajadas e produtivas.

## Jornada do semestre

### 2ºS - GENTE & GESTÃO I

#### Cultura & Atração de Talentos

- Liderança de equipes
- Construindo uma cultura organizacional vencedora
- Atração de talentos
- Onboarding
- Cargos e salários
- Desligamento
- Indicadores



### 3ºS - GENTE & GESTÃO II

#### Gestão de Equipes

- Mindsets
- Motivações
- Entender a diferença entre os conceitos trabalho, carreira e chamado
- Elaborar esquemas de incentivo
- Entender contratos de vesting
- Criar propostas de valor
- Elaborar plano de carreira



### 4ºS - GENTE & GESTÃO III

#### Governança

- Futuro do Trabalho
- Construindo Equipes Brillhantes
- Avaliação de Desempenho
- Diversidade
- Estrutura Organizacional
- Modelo de Decisão e Ciência Comportamental
- Governança

# Operações



Muriel Auler



Érica Virgilli



Sara  
Carneiro



Tatiana  
Pavanello



Alexandre  
Araújo

## Objetivo da Disciplina

A trilha de operações tem como objetivo capacitar os alunos a planejar, executar e monitorar as diferentes decisões e processos que fazem parte de uma empresa. Visando tirar otimizar os recursos de sua empresa, aumentando a sua eficiência.

## Jornada do semestre

### 4ºS - OPERAÇÕES I

#### Gestão de Processos

- Estratégia de Operações - VCAP
- Matriz Produto-Processo
- Desenho de Processos
- Lean
- Gestão de Performance
- Finanças para tomada de decisões



### 5ºS - OPERAÇÃO II

#### Supply Chain

- Supply Chain end-to-end
- Procurement / Sourcing Strategy / Compras
- Prospecção + Tendências
- Compras diretas, indiretas e serviços
- Planejamento de spending e fluxo de caixa
- S&OP Gestão de portfólio
- Planejamento de Demanda irrestrita
- Supply Planning
- Gestão de Supply Chain
- Logística
- Sustentabilidade
- Produtividade
- Supply Chain 4.0



# People Skills

## Objetivo da Disciplina

Compreender a relevância do autoconhecimento e da gestão de si próprio, para gestão de pessoas e de negócios. Aplicar os fundamentos da neurociência e comportamento humano, nos seus relacionamentos e práticas comerciais, assim como em suas diversas relações, partindo do autoconhecimento até a gestão e liderança de pessoas, bem como pensamento crítico e gestão emocional.



Caroline Garrafa



Pietro Lancieri



Marcos Leite



Bruno Mano



Carlos Tavares



Renato Maria



Carina Alvarenga



Alessandra M.



Bernardo Rabelo



Cinthya Soares



Angélica Rosalino



Bruna Tokunaga



Fernando Ribeiro



Sergio Pinto



Mario Almeida



Eric Armour



Ana Silvia

## Jornada do semestre

### 1ºS - PEOPLE SKILLS I

#### Self-Awareness

- EU S.A
- swot pessoal + princípios e valores
- Mindset fixo vs crescimento
- Sucesso e Propósito
- O que neurociência tem a ver com people skills?
- Quebrar crenças limitantes

### 2ºS - PEOPLE SKILLS II

#### Self-Management

- Autogestão e Alta Performance
- Definição de metas e objetivos
- PQQO: Prolific Quality Output
- Gatilhos e Dopamina

## Jornada do semestre

### 3ºS - PEOPLE SKILLS III

#### Social Awareness

- Conscientização Social DE&I + ESG
- Neuroplasticidade / Neurônios Espelho/ Empatia (Ocitocina)
- Comunicação Não Violenta / Assertividade
- Construção de equipes e cultura
- Cultura de Feedback & Feedforward
- Construindo Relações Fortes e Empáticas

### 6ºS - PEOPLE SKILLS VI

#### Negociação

- Estilos de Negociação
- Gerenciamento e Resolução de Conflitos
- Emoções na Negociação
- Dilemas na Negociação
- Esferas da Negociação
- Tipos de Negociação: Pechincha vs. Adição de Valor
- Prática de Negociação
- Influência e Persuasão em Negociações
- Considerações Éticas na Negociação

### 4ºS - PEOPLE SKILLS IV

#### Relationship Management

- Os Mistérios da Tomada de Decisão
- Networking
- Moldando Líderes para o Futuro
- Comunicação Estratégica
- Pessoas em Foco: Práticas para uma Gestão Eficiente e Inspiradora
- Aprimorando o Desempenho com Feedback e Feedforward
- Relacionamento 2.0: Inovando no Gerenciamento de Conexões

### 5ºS - PEOPLE SKILLS V

#### Liderança

- Papel do líder na construção de times
- Tipologias de Personalidade
- Liderança, construção e manutenção da cultura
- Como estruturar um feedback + role play
- Prática do feedback
- Papel do líder no desenvolvimento de competências e habilidades de um time

## Jornada do semestre

### 7ºS - PEOPLE SKILLS VII

#### Gestão de Crises

- A crise na alta liderança
- Como identificar a liderança correta para cada fase
- Comunicando eficientemente o momento da companhia para solução
- Pontos de atenção em multiplas camadas organizacionais
- Criando um plano de ação



### 8ºS - PEOPLE SKILLS VIII

#### Como influenciar pessoas

- Engajamento: como você maximiza o envolvimento com seu público
- Confiança: como construi confiança para que sua mensagem possa ter um impacto maior
- Credibilidade: como estabelecer maior experiência
- Autopersuasão: como fazer com que as pessoas se convençam
- Resistência: como você diminui a resistência das pessoas às suas ideias

### 2ºS COMUNICAÇÃO EFETIVA

#### Stanford

- Guesstimation
- Profitability Framework + Breakeven
- Business Situation Framework
- ESG
- Teoria dos Jogos
- Como começar um negócio
- Cutting Edge technologies

### 5ºS -CONNECTING THE DOTS

- Desenvolver habilidades de comunicação em ingles , escrito / verbal / não-verbal
- Acesso & Uso de linguagem figurativa
- Desenvolver estratégias de leitura ativa
- Introdução a escrita corporativa
- O uso do vocabulário e tom de voz



# Business Week

## Objetivo da Disciplina

As metérias de Business Week possuem como objetivo ampliar a visão de mundo dos nossos alunos, criando vivências internacionais.



Disney



Wharton



Tel Aviv



Babson



China

## Jornada do semestre

### 1ºS - BUSINESS WEEK I

Palo Alto

- Cultura empreendedora no Vale do Silício
- Empreendedorismo, inovação e tecnologia
- Incubadoras e aceleradoras
- Network e mentoria
- Papel das universidades

### 2ºS - BUSINESS WEEK II

Berlim

- Ecosistema de inovação da Europa
- Como empresas tradicionais vivem em constante transformação
- Ambiente de inovação
- Incentivos governamentais.

### 4ºS - BUSINESS WEEK IV

Wharton

- Building a founding team and scaling and growing a company
- Approaches to finding product-market fit
- Pitching and selling to customers and investors
- Managing entrepreneurial finances
- Negotiating with potential business partners and investors

### 3ºS - BUSINESS WEEK III

Disney

- Disney`s Approach to Quality Services
- Disney`s Approach to Business Excellence
- Leadership & Innovation
- Value of Customer Experience
- Storytelling

## Jornada do semestre

---

### 5°S - BUSINESS WEEK V

Tel Aviv

- Compreendendo a mentalidade de Israel
- Problems vs Opportunities
- Defining business opportunities. Resource research. TAM, SAM, and SOM
- Competitive Landscape definition
- Business Modelling for growth
- Financial Planning
- Business Pitching

### CHINA

Mercados Asiáticos

- Compreendendo o mercado local e potencial global
- Tecnologia e Inovação
- Influência do governo na economia
- Relações comerciais

### BABSON

Liderança

- Liderança Empreendedora e DNA de Inovadores;
- Dinâmica da inovação: gorilas x chimpanzés x macacos;
- Inovação disruptiva: como macacos podem matar gorilas;
- Evitando interrupções: como os gorilas podem revidar;
- Evitando interrupções: como os chimpanzés podem ter sucesso no meio;
- Evitando a disrupção digital por meio da experiência do cliente e da inovação do modelo de negócios.

# Eletivas



Emilia Velloso



Renata Forner



Maristela de Sordi



Tadeu Rocha



Maira Magnani



Anna Azevedo



José Rodrigues



Ana Luiza Milenkovich



Fernando Ruiz



Eduardo Souza



Rafael Coelho



Victor Candido



Felipe Cippiciani



Fernanda Brasil



Ana Silvia Resende



Aline Porto



Marcelo Zenkner



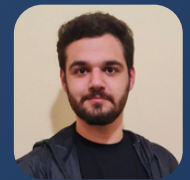
Cris Franchini



Sergio Garrido



Ailton do Prado Jr.



Juliano Marchesine

## MARKETING DIGITAL

Adventures Inn

- Objetivos e canais
- Plano de mídia
- Criação de conteúdo e papel de influenciadores
- Plano de mídia
- Criação digital
- Conteúdo digital
- Papel da agência

## REAL ESTATE

Lúcio Engenharia

- Prospecção e Aquisição de terrenos
- Aprovações e legalização
- Jurídico Imobiliário
- Desenvolvimento do produto
- Corporativo e locação
- Marketing e Ponto de venda
- Comercialização
- Construção até entrega de chaves
- Outras frentes do Real Estate
- Startups



# Eletivas

## HEALTHCARE BUSINESS

- Panorama Geral do Mercado de Saúde
- Estratégia em Saúde
- Inteligência de Mercado e Formulação hand on
- Viabilidade de Novos Negócios em Saúde
- Riscos e Compliance na área da Saúde
- Modelos de Remuneração e Saúde Baseada em Valor
- Finanças para Tomada de Decisão em Saúde
- Fluxo do Paciente
- Inteligência Artificial
- Experiências e Jornadas
- Desenho de Produto

## AGRONEGÓCIO

- Agronegócio e Empreendedorismo
- O Papel do Crédito e Finanças no Agronegócio
- A Revolução Verde e a Tecnologia no Agronegócio
- A Geopolítica do Agronegócio
- Commodities e Inovação Tecnológica no Agronegócio
- Produção Agrícola e Canais Logísticos no Agronegócio
- Construindo um Negócio de Sucesso no Agronegócio
- Gestão de Risco no Agronegócio
- Mecanismos de Precificação de Commodities e Ferramentas de Financiamento
- Oportunidades no Agronegócio

## WEALTH MANAGEMENT

### XP Investimetos

- Tour na XP e discussões macro sobre política econômica e internacional
- Renda Fixa
- Renda variável
- Fundos imobiliários
- Derivativos (opções)
- Fundos sistemáticos/ quantitativos
- Mercado internacional
- Investimentos alternativos
- Distressed funds & assets
- Sucessão e patrimônio familiar
- Fundos exclusivos
- Teorias de Carteira/Portfolio

## DATA SCIENCE PARA NEGÓCIOS

- Decision Analysis Basics: Probabilidade, EMV, IC e Teste A/B
- Predictive Analytics - Intro to M.L. e relação com A.I.
- Machine learning: Regressão linear
- M.L. Classificação & Regressão logística
- M.L. avançado: Tree-based Models
- M.L. Deep Learning & A.I. generativa
- Prescriptive Analytics: Otimização
- Data Science Leadership: Processo, Best-practices e perigos

## FASHION MARKETING

- Conhecimento fundamentos Fashion Market
- Análise Mercado de Moda
- Aplicação fundamentos Fashion Market

## NEGÓCIOS COM A CHINA

- A economia Chinesa e como é fazer negócios com a China na prática
- A Economia e Política Chinesa
- O moderno modelo de crescimento chinês
- O embate Geopolítico com o Ocidente, a China, o trade war e os Brics
- Relações da China com o Brasil
- A Projeção dos negócios Chineses no Brasil
- Oportunidades no setor de tecnologia Chinesa e a cena Tech Chinesa
- As agências de fomento e as oportunidades de negócio entre Brasil e China

## NEGÓCIOS NO ESPORTE

- Overview do Esporte
- Análise Mercado Esportivo
- Running
- E-Sports
- Marketing Esportivo
- Gestão Esportiva
- SAF
- Projetos Incentivados
- Novas Mídias

## COMPLIANCE E INTEGRIDADE NOS NEGÓCIOS

- Ética, moralidade, probidade, honestidade e integridade
- Os grandes casos de corrupção e fraude corporativa do mercado
- Programas de compliance
- Do propósito ao fortalecimento da reputação: como estruturar um sistema de integridade com políticas ESG acopladas
- Como se tornar uma empresa de impacto positivo?

## SUCCESSÃO FAMILIAR

- Oportunidades e desafios das empresas familiares
- Elementos para tornar a sucessão bem sucedida - 5 rights
- Quando começar a planejar a sucessão e desafios da sucessão
- Visão e planejamento da sucessão
- Preparando sucessores - possíveis papéis e competências
- Preparando sucedidos
- Role Play sobre Sucessão
- Política de Emprego Familiar
- Disrupção
- Start-up - sucessões na propriedade, na liderança e no conhecimento

## TRADE MARKETING

- Principais Conceitos de Varejo e Trade Marketing
- Dinâmicas do varejo e estratégia de Canais
- Shopper Understanding
- Estratégia de Categoria
- Ferramentas de Trade Marketing
- Campanhas Promocionais, Incentivo e Merchandising
- Digital Trade Marketing
- FDS, KPI's e Plano Tático
- Marketing Sensorial aplicado ao PDV
- JBP (Join Business Plan)
- Shopper experience + Futuro do Varejo