

TV

Master em Neuroestratégia e o Pensamento Transversal®

M



ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL
FACULDADE INTERNACIONAL

FORMAÇÃO EXECUTIVA
+ MÓDULO INTERNACIONAL

RANQUEADA ENTRE OS 10 MELHORES MBA'S DO MUNDO



O CAMINHO INTELIGENTE PARA INOVAÇÃO E TOMADA DE DECISÃO FOCADA EM RESULTADOS

Descrição do Curso

O Master em Neuroestratégia e o Pensamento Transversal® é um programa voltado ao aprendizado do PENSAR!

Foi concebido a partir da análise crítica da evolução do pensamento pela humanidade. Seu objetivo principal é despertar o espírito crítico e a consciência empresarial voltada à evolução do ser humano e da sociedade. Apresenta estudos sobre como se dão as decisões pessoais, profissionais e corporativas por diversos ângulos do conhecimento.

- A evolução da humanidade nos aspectos culturais, fisiológicos e históricos;
- A evolução do pensar mediante a interação da filosofia e o ambiente das organizações;
- A evolução do ser humano e suas decisões perante as empresas e a sociedade.

Objetivo

Estimular o exercício do pensamento crítico em contraposição com o pensamento padrão predominante na sociedade;

Potencializar o talento dos alunos para o exercício da liderança empresarial voltada ao desenvolvimento do ser humano e da sociedade;

Incentivar a integração do conhecimento pela oferta de abordagem multidisciplinar sobre o pensamento humano e conexão com as organizações;

Promover a estruturação de cases de sucesso com foco na disseminação de boas práticas decorrentes de um pensamento diferenciado;

Despertar nos participantes a consciência da necessidade da

evolução do pensamento empresarial com foco na melhoria da sociedade em suas dimensões sociais, estruturais e de liderança;

Proporcionar espírito crítico dos participantes pelo conhecimento das diversas áreas que formam e influenciam o pensamento empresarial;

Promover o autoconhecimento pelo entendimento do processo decisório, tanto na vida pessoal quanto no ambiente empresarial;

Permitir o acesso a pensadores nacionais e internacionais, mediante contratos, convênios e ações de cooperação institucional, técnica e financeira.

Perfil do Aluno

Profissionais que tenham curso superior (titulação de MBA) ou que não tenham curso superior com experiência profissional (Curso de Formação Executiva);

Ex-alunos de programas de MBA que buscam, na qualidade de suas decisões, a possibilidade de melhor implementação de todas as técnicas e conhecimentos já adquiridos;

Gestores de empresas que buscam uma nova maneira de pensar e analisar o ambiente competitivo onde atuam;

Empreendedores que detêm considerável conhecimento prático e que buscam elevar o grau de compreensão sobre o ambiente complexo decorrente da globalização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO PÓS - GRADUAÇÃO DISCIPLINAS

BLOCO 1 - A EVOLUÇÃO DA HUMANIDADE NOS ASPECTOS CULTURAIS, FISIOLÓGICOS E HISTÓRICOS.

01 - NEUROCIÊNCIA E O COMPORTAMENTO HUMANO

- ◆ Neurociência e o comportamento humano- Onde a psicologia se encontra com a neurociência
- ◆ As decisões inconscientes do cotidiano
- ◆ A neurociência como instrumento prático de reconhecimento do comportamento humano na tomada de decisões

02 - A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS DECISÕES EMPRESARIAIS

- ◆ Aspectos históricos do pensamento empresarial
- ◆ O modismo de metodologias de gestão e seus impactos negativos na tomada de decisão
- ◆ O excesso metodológico como fonte de conflito nas organizações

03 - A ANTROPOLOGIA CORPORATIVA EVOLUÇÃO CULTURAL DO PENSAMENTO HUMANO

- ◆ As diferenças culturais e étnicas dentro de um País e dentro de uma organização
- ◆ A formação da cultura organizacional e sua influência no comportamento da equipe
- ◆ A construção e interpretação dos sinais do inconsciente coletivo

04 - A TECNOLOGIA COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO

- ◆ O impacto da tecnologia no modelo de tomada de decisão
- ◆ Dicotomias entre tecnologia e gestão do capital humano
- ◆ Tendências inevitáveis e a incerteza quanto ao futuro

05 - O COMPORTAMENTO INCONSCIENTE E O CONSUMO

- ◆ O novo cliente versus a nova empresa
- ◆ Instrumentos de avaliação subjetiva do comportamento do consumidor
- ◆ Que características tradicionais de consumo permanecerão no futuro

BLOCO 2 - A EVOLUÇÃO DO PENSAR MEDIANTE A INTERAÇÃO DA FILOSOFIA E O AMBIENTE COMPETITIVO DAS ORGANIZAÇÕES.

06 - CONSTRUÇÃO PSICOLÓGICA DAS DECISÕES

- ◆ A construção dos arquétipos sociais
- ◆ Vieses cognitivos e sua influência nas decisões
- ◆ O comportamento decisório humano à luz da psicologia

07 - A INFLUÊNCIA MEMÉTICA DA LIDERANÇA

- ◆ A neuroliderança e a revolução da gestão
- ◆ Modelagem pelo exemplo decisório
- ◆ Fatores influentes na adesão da equipe com as decisões do líder

08 - COMPORTAMENTO IRRACIONAL EM FINANÇAS

- ◆ Compreensão prática sobre finanças comportamentais
- ◆ A falácia da racionalidade na tomada de decisões financeiras
- ◆ Tendências e consequências do pensamento financeiro tradicional

09 - A EVOLUÇÃO DO PENSAR À LUZ DA FILOSOFIA

- ◆ A evolução do pensamento filosófico ao longo da história
- ◆ Influências das escolas filosóficas nas decisões humanas
- ◆ A filosofia como instrumento de construção de uma identidade corporativa

10 - PROCESSOS DE METACOGNIÇÃO

- ◆ Crenças dogmáticas versus a flexibilidade no ambiente profissional
- ◆ Raízes dos valores pessoais determinantes nas decisões
- ◆ O coach e o mentoring como instrumentos de desenvolvimento pessoal

BLOCO 3 - A EVOLUÇÃO DO SER HUMANO E SUAS DECISÕES PERANTE AS EMPRESAS E A SOCIEDADE

11 - IMPLICAÇÕES SOCIAIS DA ESPIRITUALIDADE

- ◆ Evolução histórica das religiões pelo mundo
- ◆ Crenças, filosofias espirituais e seitas que influenciam no comportamento decisório
- ◆ A gestão da diversidade religiosa e espiritual nas organizações

12 - A INOVAÇÃO E O NOVO CENÁRIO DE NEGÓCIOS

- ◆ O comportamento inovador a partir da criatividade
- ◆ Desenvolvimento de ambientes abertos e voltados à inovação
- ◆ Empresas ambíguas e a busca do equilíbrio entre rotina e inovação

13 - O REAL PAPEL SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES

- ◆ Governança corporativa: limites e estímulos à decisão
- ◆ Fatores influentes na decisão do papel social de uma organização
- ◆ Tendências do relacionamento entre organizações e sociedade

14 - NEUROESTRATÉGIA

- ◆ Decisões estratégicas à partir de conceitos neurocientíficos
- ◆ A nova demanda estratégica das organizações
- ◆ A construção da estratégia voltada à simplicidade e fluidez nos resultados

15 - PENSAMENTO TRANSVERSAL

- ◆ Crenças limitantes que influenciam na decisão inovadora
- ◆ Construção de um diferencial mercadológico pela violação da lógica vigente
- ◆ Aplicando a matriz do Pensamento Transversal para o posicionamento estratégico

Conheça também os cursos de Administração, Gestão Financeira, Gestão Comercial, Pós – Graduação Masters e MBA's, Formação Executiva In Company e Sob Medida. Missões Empresariais e Soluções de Negócios para Empresas.

facebook.com/esicbr

twitter.com/esicbr

daac@esic.br



ESIC

BUSINESS & MARKETING SCHOOL
FACULDADE INTERNACIONAL