

# **FASUL EDUCACIONAL** **(Fasul Educacional EaD)**

---

## **PÓS-GRADUAÇÃO** **EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

---

## EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

<b>DISCIPLINA:</b> SISTEMA DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS - SIG
<b>RESUMO</b>
Um sistema de informações (SI) é um conjunto de componentes inter-relacionados que coletam, processam, armazenam e distribuem informações para apoiar a tomada de decisões, a coordenação e o controle em uma organização. Segundo Laudon e Laudon (2015, p. 14), os sistemas de informações também ajudam gerentes e trabalhadores a analisar problemas, visualizar assuntos complexos e criar produtos.
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>
<b>AULA 1</b> INTRODUÇÃO A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO PARA OBTENÇÃO DA VANTAGEM COMPETITIVA PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO E A UTILIDADE DA INFORMAÇÃO SPT – SISTEMAS DE PROCESSAMENTO DE TRANSAÇÕES SAD – SISTEMAS DE APOIO À DECISÃO E SAE – SISTEMAS DE APOIO AO EXECUTIVO
<b>AULA 2</b> INTRODUÇÃO IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS ASPECTOS FINANCEIROS: PAYBACK ASPECTOS FINANCEIROS: ROI ASPECTOS FINANCEIROS: VALOR PRESENTE LÍQUIDO
<b>AULA 3</b> INTRODUÇÃO ASPECTOS TÉCNICOS: BUSINESS INTELLIGENCE ASPECTOS TÉCNICOS: MACHINE LEARNING ASPECTOS TÉCNICOS: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ASPECTOS TÉCNICOS: BIG DATA
<b>AULA 4</b> INTRODUÇÃO CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT MANUFACTURING RESOURCE PLANNING I (MRP I) MANUFACTURING RESOURCE PLANNING II (MRP II) ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP)
<b>AULA 5</b> INTRODUÇÃO MARKETING 4.0 VAREJO 4.0 LOGÍSTICA 4.0 ESTUDO DE CASO

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
METODOLOGIA ÁGIL  
AGILIDADE NOS NEGÓCIOS  
MANAGEMENT 3.0  
ESTUDO DE CASO

**BIBLIOGRAFIAS**

- LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. Sistemas de informações gerenciais. 11. ed. São Paulo: Pearson, 2015.
- MINTZBERG, H. The Rise and Fall of Strategic Planning. São Paulo: Pearson Education, 2021.

**DISCIPLINA:**  
GESTÃO EMPRESARIAL

**RESUMO**

Falar de Ética Empresarial, ainda que oportuno e necessário, é muitas vezes confrontar-se com a estranheza do senso comum e a curiosidade das pessoas que desconhecem suas dimensões e possibilidades enquanto disciplina acadêmica e experiência. Isso porque vivemos um período de intensas mudanças culturais, econômicas, sociais e políticas, onde os valores tornam-se cada vez mais mutáveis e muitas vezes embaçados pelas demandas e conflitos existentes nas sociedades brasileira e global, enquanto ainda perduram os velhos preconceitos.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
ORGANIZAÇÕES: SIGNIFICADO  
EFICIÊNCIA E EFICÁCIA  
FUNÇÕES DO ADMINISTRADOR/ GESTOR  
HABILIDADES DO ADMINISTRADOR/ GESTOR

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
A BUROCRACIA DE WEBER COMO GESTÃO  
O TOYOTISMO E O MODELO JAPONÊS DE ADMINISTRAÇÃO  
TEORIA DOS SISTEMAS: A ORGANIZAÇÃO INTEGRADA COM O SISTEMA  
TEORIA DA CONTINGÊNCIA

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
ABORDAGEM COMPORTAMENTAL – TEORIA X E TEORIA Y  
MOTIVAÇÃO  
LIDERANÇA  
ENTREVISTA

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
ANÁLISE SWOT E AS 5 FORÇAS DE PORTER  
CICLO DE VIDA DO PRODUTO

MATRIZ BCG  
ENTREVISTA

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO  
ENDOMARKETING  
A COMUNICAÇÃO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL  
ENTREVISTA

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL  
ADMINISTRAÇÃO E OS DESAFIOS DO MUNDO CONTEMPORÂNEO  
GOVERNANÇA CORPORATIVA E COMPLIANCE  
ENTREVISTA

**BIBLIOGRAFIAS**

- ASHELEY, Patrícia Almeida (ORG.). Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Ed. Saraiva, 2005.
- BEZERRA, R. B. Responsabilidade social corporativa: uma proposta metodológica para orientação de iniciativas. 2007. 141f. Dissertação (Mestrado em Ciência em Planejamento Energético) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- SROUR, Robert Henry. Ética Empresarial – O Ciclo Virtuoso dos Negócios. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier Ed., 2008

**DISCIPLINA:**

INOVAÇÃO E DESIGN THINKING

**RESUMO**

Inovação, no âmbito organizacional, é um tema que nasce da necessidade das empresas de produzirem diferenciais para se tornarem mais competitivas nos mercados em que atuam. Embora exista essa necessidade iminente, o entendimento sobre o que é inovação, sua complexidade e aplicabilidade exige estudos mais aprofundados. A escolha correta do tipo de inovação a ser implementado pode fazer toda a diferença para a continuidade do sucesso empresarial. Assim, apresentamos as informações necessárias para que você, empresário(a) ou profissional empreendedor(a) possa se envolver com esse tema e aplicá-lo em sua rotina com sucesso.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO COMO DIFERENCIAL  
INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL E GERAÇÃO DE VALOR  
INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO E INTRAEMPREENDEDORISMO  
INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
CRIATIVIDADE É UMA HABILIDADE? COMO DESENVOLVÊ-LA?

O MERCADO PRECISA DE PROFISSIONAIS CRIATIVOS E INOVADOR  
UMA ABORDAGEM SOBRE O “ÓCIO CRIATIVO”  
MUDANÇA DE MINDSET - MUDANDO O FOCO DO PROBLEMA PARA A SOLUÇÃO

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
PADRÕES DO BUSINESS MODEL GENERATION  
BUSINESS DESIGN COMO PROPULSOR DA INOVAÇÃO  
DESIGN THINKING - CONCEITO, PREMISSAS E DESENVOLVIMENTO  
DESIGN THINKING COMO PROCESSO CRIATIVO

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
IMERGÊNCIA  
IMAGINAÇÃO  
AVALIAÇÃO  
IMPLEMENTAÇÃO

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
EXPANSÃO E POSICIONAMENTO COMPETITIVO  
STARTUPS VERSUS EMPRESAS TRADICIONAIS INOVADORAS  
LIDERANÇA E GESTÃO DA INOVAÇÃO  
FONTES DE FOMENTO À INOVAÇÃO

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
CONCEITO DE FUTURE MARKETING  
INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E FUTURO DO TRABALHO  
FUTURISMO PESSOAL E DESENVOLVIMENTO DE EQUIPES  
ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO

**BIBLIOGRAFIAS**

- BARBIERI, J. C. Organizações inovadoras sustentáveis. In: BARBIERI, J. C.; SIMANTOB, M. Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações. São Paulo: Atlas, 2007.
- BES, T. F.; KOTLER, P. A Bíblia da inovação: princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações. São Paulo: Texto Editores, 2011.
- KEELEY, L. et al. Dez tipos de inovação: a disciplina de criação de avanços de ruptura. São Paulo: Editora DVS, 2015.

**DISCIPLINA:**

EMPREENDEDORISMO

**RESUMO**

Normalmente, entre duas possibilidades de percorrer trilhas em uma floresta, aquele menos percorrido aponta restrições ou dificuldades. Seja devido às questões de proteção ambiental que impedem o acesso, ou até mesmo um rio, vegetação densa, topografia inclinada, entre outros problemas. E se fizermos uma analogia com as nossas escolhas na vida? Qual seria a relação entre essas dificuldades ou restrições com as nossas

escolhas? O que temos percorrido até então? O caminho menos percorrido é o menos “experenciado”, ou seja, entende-se que ainda há potencialidade para novas descobertas. É neste cenário que o empreendedor se identifica, se reconhece e se realiza.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

#### **AULA 1**

INTRODUÇÃO

ESSÊNCIA E EXISTÊNCIA

DESENVOLVIMENTO PESSOAL

CONCEITO DE SI E MBTI

CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR E TEORIA DAS INTELIGÊNCIAS MÚLTIPLAS

#### **AULA 2**

INTRODUÇÃO

ESTUDO DO PERFIL EMPREENDEDOR E APLICAÇÃO DO CONCEITO DE SI

APLICAÇÃO DO MYERS-BRIGGS TYPE INDICATOR – MBTI

APLICAÇÃO “CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR” (CCE)

APLICAÇÃO DE TEORIA DAS INTELIGÊNCIAS MÚLTIPLAS

#### **AULA 3**

INTRODUÇÃO

APLICAÇÃO DE FEEDBACK

ANÁLISE GERAL DE PERFIL EMPREENDEDOR

APLICAÇÕES DA ANÁLISE SWOT (FORÇA E FRAQUEZAS)

APLICAÇÕES DA ANÁLISE SWOT (OPORTUNIDADES E AMEAÇAS) E CRUZAMENTO DE DADOS

#### **AULA 4**

INTRODUÇÃO

CRIATIVIDADE: UM PROCESSO DE APRENDIZAGEM

CRIATIVIDADE: TÉCNICAS, PRÁTICAS E PENSAMENTOS

OPORTUNIDADES: ELAS EXISTEM?

PROCESSO VISIONÁRIO

#### **AULA 5**

INTRODUÇÃO

TÉCNICAS 5W2H INDIVIDUALIZADA

ANÁLISE DE RISCOS

DISCIPLINA

PLANEJAMENTO: DE EMPREENDEDOR EXECUTOR PARA GESTOR PARA LÍDER PARA COACH

#### **AULA 6**

INTRODUÇÃO

TÉCNICAS E AÇÕES PRÁTICAS DO NETWORKING

A ARTE DE PERSUADIR POSITIVAMENTE

MOTIVAÇÃO INSPIRAÇÃO PARA O SUCESSO: SIM OU NÃO?
<b>BIBLIOGRAFIAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• BARLACH, L. Comportamento empreendedor: Um estudo empírico baseado no referencial de McClelland. Revista de Carreiras e Pessoas, v. 4, n. 3, p. 272- 281, 2014.</li><li>• DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.</li><li>• DRUCKER. P. F. Inovação e Espírito Empreendedor. São Paulo: Cengage Learning, 2016.</li></ul>

<b>DISCIPLINA:</b> COMÉRCIO ELETRÔNICO E MÍDIAS DIGITAIS
<b>RESUMO</b>
Apresentaremos o histórico, os principais conceitos e os desafios atuais e futuros do comércio eletrônico e sua interconexão com as mídias digitais. Nossa abordagem partirá da evolução do comércio, desde o escambo até as lojas virtuais. Analisaremos como se comporta o novo consumidor e como se dá esse relacionamento com o comércio digital. Serão apresentados os conceitos e práticas do ambiente virtual, oriundos de uma economia digital. Também veremos como o e-business e o e-commerce se arquitetam a partir desse novo prisma. Serão discutidos os tipos de e-business, o gerenciamento da cadeia de abastecimento, os processos decisórios, a segurança nas transações, as questões legais e éticas. Também será analisado como a mídia digital vem influenciando a forma de consumo na internet.
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>
<b>AULA 1</b> BREVE HISTÓRICO E-BUSINESS: PRIMEIROS CONCEITOS PADRÕES E-BUSINESS: A BASE ESTRUTURAL COMÉRCIO ELETRÔNICO: ESTRUTURA E APLICAÇÕES AMBIENTE DIGITAL
<b>AULA 2</b> NEGÓCIOS NA ERA DIGITAL GLOBALIZAÇÃO ECONOMIA DIGITAL MERCADO ELETRÔNICO INTEGRAÇÃO ELETRÔNICA
<b>AULA 3</b> ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS ORGANIZAÇÃO VIRTUAL SISTEMA ELETRÔNICO DE PAGAMENTO RELACIONAMENTO COM CLIENTES E FORNECEDORES GERENCIAMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS E ATENDIMENTO ELETRÔNICO
<b>AULA 4</b>

PLANEJAMENTO DE RECURSOS EMPRESARIAIS (ERP)  
MERCADOS EM REDE E O INTERCÂMBIO COMERCIAL  
ARQUITETURA DE E-BUSINESS  
COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL E ASPECTOS LEGAIS  
PRIVACIDADE E SEGURANÇA

**AULA 5**

ESTRUTURA DE ANÁLISE DE COMÉRCIO ELETRÔNICO  
APLICAÇÃO DE TECNOLOGIA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO  
A INTERNET DO CONSUMIDOR  
CONCEITOS DO MARKETING DIGITAL  
GESTÃO DO CONHECIMENTO

**AULA 6**

MARKETING VIRAL E EMAIL MARKETING  
MÍDIAS SOCIAIS E MARKETING DE CONTEÚDO  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA DIGITAL E O PAPEL DA ÉTICA NAS RELAÇÕES  
MONITORAMENTO, MÉTRICAS E MEDIÇÃO  
PLANO E-COMMERCE

**BIBLIOGRAFIAS**

- COSTA, G. C. G. Negócios eletrônicos: uma abordagem estratégica e gerencial. Curitiba: InterSaberes, 2013.
- STEFANO, N.; ZATTAR, I. C. E-commerce: conceitos, implementação e gestão. Curitiba: InterSaberes, 2016.
- TURBAN, E.; KING, D. Comércio eletrônico: estratégia e gestão. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

**DISCIPLINA:**

ESTRATÉGIA DE MARKETING NA ERA DIGITAL

**RESUMO**

Você deve estar se perguntando se as estratégias são muito diferentes das aplicadas há alguns anos? Embora muitas ações de marketing tenham sido alteradas ao longo do tempo, alguns princípios básicos da estratégia de marketing se mantêm, sofrendo pequenas alterações. Vamos desvendá-las juntos? O valor é um dos principais temas de estudo do marketing. Segundo a Associação Americana de Marketing, principal instituição de estudos na área: O marketing é a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que têm valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral. A definição da função de marketing apresentada reforça que a área só cumpre seus objetivos quando o que é ofertado tem valor para seus stakeholders, os quais são pessoas ou empresas com interesses no resultado ou operações da empresa. Nesta disciplina, focaremos no valor para um stakeholder específico: o cliente.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
DEFINIÇÃO DE VALOR E SUAS CONCEPÇÕES  
O VALOR EM NEGÓCIOS E PRODUTOS DIGITAIS  
ANÁLISE SWOT  
ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DE PORTER

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA DE MARKETING  
USO DE DASHBOARDS COMO APOIO À DECISÃO  
INDICADORES DE DESEMPENHO  
CONCORRENTES NA ERA DIGITAL

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
ESTRATÉGIAS DE BRANDING  
POSICIONAMENTO DE MARCA NA ERA DIGITAL  
IMPACTOS DA ESCOLHA DE PARCEIROS  
BRANDING EM PEQUENOS NEGÓCIOS E STARTUPS

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
RELAÇÃO ENTRE PRODUTOS E MARCAS  
O PAPEL DOS SERVIÇOS NA ERA DIGITAL  
ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO  
TENDÊNCIAS DE PRECIFICAÇÃO

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
DECISÕES DE GERENCIAMENTO DE CANAIS  
CONFLITOS DE CANAIS  
AS ESTRATÉGIAS MULTICHANNEL E OMNICHANNEL  
SHOWROOMING E WEBROOMING

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING  
MIX DE COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL  
MÉTRICAS DE DESEMPENHO DE COMUNICAÇÃO  
TENDÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL

**BIBLIOGRAFIAS**

- BROWN, T. Design Thinking – Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.
- HOOLEY, G.; PIERCY, N. F.; NICOULAUD, B. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011, p. 12-14.
- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

**DISCIPLINA:**

POLÍTICA E LEGISLAÇÃO COMERCIAL NA ERA DIGITAL

**RESUMO**

O curso aborda as principais questões de Empreendedorismo e Inovação na era digital, focando em legislação comercial e estratégias jurídicas para o ambiente online. Com uma base em direito digital e proteção ao consumidor, o curso explora temas como regulamentação da internet, contratos eletrônicos, direitos autorais e propriedade intelectual, oferecendo aos alunos uma visão ampla dos desafios e oportunidades legais no comércio eletrônico e na inovação empresarial.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

#### **AULA 1**

INTRODUÇÃO

O DIREITO NA ERA DIGITAL

A INTERNET E SEU PAPEL NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

REGULAMENTAÇÃO DA INTERNET NO BRASIL

MARCO CIVIL DA INTERNET (LEI N. 12.965/2014)

#### **AULA 2**

INTRODUÇÃO

PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR

PRINCÍPIOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR NO E-COMMERCE

CRIMES INFORMÁTICOS

#### **AULA 3**

INTRODUÇÃO

PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA

PENALIDADES DA PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA

OFERTA NA ERA DIGITAL

REVOGAÇÃO DA OFERTA, LIBERDADE ECONÔMICA E PAPEL DO SAC

#### **AULA 4**

INTRODUÇÃO

PARTES E LOCAL DO CONTRATO ELETRÔNICO

CONTRATOS ADESIVOS E CONEXOS DE CONSUMO

ASSINATURA DIGITAL E CERTIFICAÇÃO ELETRÔNICA

INCIDÊNCIA DO CDC NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

#### **AULA 5**

INTRODUÇÃO

AUTORREGULAMENTAÇÃO DO SETOR

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA - (CONAR)

FAKE NEWS

CONCURSOS E PREMIAÇÕES

#### **AULA 6**

INTRODUÇÃO

DIREITOS AUTORAIS

PROPRIEDADE INDUSTRIAL

INPI

PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NA ERA DIGITAL: DESAFIOS

<b>BIBLIOGRAFIAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• ASSUNÇÃO, W. da S.; FAGUNDES, P. F.; REVILLION, A. S. P. Comércio Eletrônico. Porto Alegre: Grupo A, 2019.</li><li>• FERNANDES, L. C. de S. Instituições de Direito. São Paulo: Editora Saraiva, 2020.</li><li>• GONÇALVES, V. H. P. Marco Civil da Internet Comentado. São Paulo: Atlas, 2017.</li></ul>

<b>DISCIPLINA:</b>
INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA E SOCIAL
<b>RESUMO</b>
Inovação é uma palavra que está em todos os campos de atuação. Se buscamos no Google uma definição, é possível que tenhamos milhões de resultados e milhares de definições, mas sua própria definição é praticamente inútil: “a ação ou processo de inovar”. Para o momento em que estamos vivendo, sob a pandemia do coronavírus, pensar em inovação quase que se torna uma exigência. Novas práticas e soluções inovadoras tiveram que ser desenvolvidas por indivíduos, grupos de indivíduos, empresas e governos para lidar com as questões sociais, econômicas e ambientais que emergiram nesse cenário global. Esse é um processo que não terminará no fim da pandemia, pois o nosso mundo mudou de maneiras fundamentais e estamos apenas começando essa jornada. Sob esse contexto, absolutamente disruptor, vamos olhar o que é inovação e qual é a sua relação com a sustentabilidade.
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>
<b>AULA 1</b> INTRODUÇÃO UM POUCO DE HISTÓRIA DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E INOVAÇÃO PANDEMIA OU EPIDEMIA DO CORONAVÍRUS IMPACTO GLOBAL DOS EFEITOS DO VÍRUS
<b>AULA 2</b> INTRODUÇÃO PROCESSOS DE INOVAÇÃO INOVAÇÃO SOCIAL INOVAÇÃO ECONÔMICA INOVAÇÃO AMBIENTAL
<b>AULA 3</b> INTRODUÇÃO EDUCAÇÃO E INOVAÇÃO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO SOCIAL INOVAÇÃO NAS PEQUENAS EMPRESAS LIDERANÇA PARA INOVAR
<b>AULA 4</b> INTRODUÇÃO DESAFIOS SOCIAIS PARA INOVAR ASPECTOS DA LEGISLAÇÃO

AS NOVAS ECONOMIAS E A INOVAÇÃO  
ACESSO AO CAPITAL PARA INOVAR

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
CAPACIDADES ORGANIZACIONAIS DA INOVAÇÃO  
STARTUPS  
INOVAÇÃO E O FUTURO DAS EMPRESAS  
INOVAÇÃO ABERTA (OPEN INNOVATION)

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
FERRAMENTAS PARA INOVAR  
INOVAÇÃO SOCIAL DISRUPTIVA  
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA DISRUPTIVA  
ÉTICA PARA INOVAR

**BIBLIOGRAFIAS**

- GATES, B. Como evitar um desastre climático: as soluções que temos e as inovações necessárias. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
- HARARI, Y. N. Sapiens: uma breve história da humanidade. São Paulo, L&PM, 2015.
- SIMANTOB, M.; LIPPI, R. Guia Valor Econômico de inovação nas empresas. São Paulo: Globo, 2003.

**DISCIPLINA:**

STARTUPS E A INOVAÇÃO ABERTA

**RESUMO**

Esta disciplina explora os fundamentos da inovação aberta e sua aplicação em startups. Inicia com a necessidade da inovação tecnológica e da cultura "faça você mesmo". A seguir, analisamos a economia do conhecimento e os desafios da economia compartilhada. Examina a criação de valor por meio de ecossistemas de inovação, discutindo spin-offs, e-marketplaces e redes de inovação aberta. A co-criação é apresentada como estratégia essencial, apoiada por práticas de design thinking. Finalmente, aborda métricas para medir o retorno da inovação, parcerias com startups e os desafios de equilibrar inovações presentes e futuras.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
A INOVAÇÃO É NECESSÁRIA?  
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA  
CULTURA MAKER, INOVAÇÃO ABERTA OU FAÇA VOCÊ MESMO?  
INOVAR DE FORMA ABERTA

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
CAPITAL INTELECTUAL E ECONOMIA DO CONHECIMENTO  
ECONOMIA COMPARTILHADA  
DESAFIOS A SEREM SUPERADOS FRENTE À ECONOMIA COMPARTILHADA

A BASE DA CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO UTILIZANDO O ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO

**AULA 3**

INTRODUÇÃO

SPIN-OFF

E-MARKETPLACE E INOVAÇÃO ABERTA! É POSSÍVEL?

RELEVÂNCIA DA INOVAÇÃO ABERTA NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

REDES DE INOVAÇÃO ABERTA

**AULA 4**

INTRODUÇÃO

TRANSFORMAR O MERCADO COM INOVAÇÃO ABERTA E COCRIAÇÃO

COCRIAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DA INOVAÇÃO

RAZÕES PARA AS QUAIS AS EMPRESAS E STARTUPS DEVEM ABRAÇAR A

COCRIAÇÃO

DESIGN THINKING E COCRIAÇÃO

**AULA 5**

INTRODUÇÃO

MÉTRICAS PARA MENSURAR O ROI DA INOVAÇÃO ABERTA

INNOVATION ACCOUNTING CONTABILIDADE DA INOVAÇÃO

MÉTRICAS DE CONTABILIDADE DE INOVAÇÃO E PRÁTICAS

INICIANDO A MEDIÇÃO DA INOVAÇÃO

**AULA 6**

INTRODUÇÃO

INOVAÇÃO ABERTA E RELACIONAMENTO COM STARTUPS

OS MAIORES DESAFIOS ENFRENTADOS NA PARCERIA COM AS STARTUPS EM INOVAÇÃO ABERTA

RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE STARTUPS

BALANCEANDO AS INOVAÇÕES DO PRESENTE E DO FUTURO

**BIBLIOGRAFIAS**

- AEVO, Equipe. Cultura Maker: inovações de quem quer realmente fazer. Disponível em: <<https://blog.aevo.com.br/cultura-maker-inovacoes-de-quem-quer-realmente-fazer/>>. Acesso em: 14 out. 2021.
- CHESBROUGH, H. W. Inovação Aberta: como criar e lucrar com a tecnologia. Porto Alegre: Editora Bookman, 2012.
- FERREIRA, L. Estratégias para gestão da Inovação Aberta. Disponível em: <<https://troposlab.com/estrategias-para-gestao-da-inovacao-aberta/>>. Acesso em: 14 out. 2021.

**DISCIPLINA:**

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

**RESUMO**

Nos últimos anos, com o avanço da capacidade de processamento dos computadores, a Inteligência Artificial (IA) tem sido utilizada em diversos campos. O principal objetivo da IA

é dotar de inteligência as máquinas. No entanto, será que as máquinas são capazes de serem inteligentes? A espécie humana está constantemente buscando identificar qualidades que a distinguem de outras espécies animais, tentando provar que certas qualidades nos tornam "humanos". A inteligência é uma delas. René Descartes afirmou a diferença fundamental entre humanos e animais em suas famosas palavras: Je pense donc je suis (Penso, logo existo). Segundo Descartes, estar ciente do processo de pensamento é o impulsionador do processo de evolução da espécie humana. Ele acreditava que os humanos podiam verificar sua existência através de seus processos de pensamento moldados pela experiência, enquanto os animais simplesmente seguem programas prefixados. Este conceito geralmente é rotulado como tábula rasa (folha em branco) e remonta a Aristóteles, a escola estoica, na Grécia antiga (Polansky, 2007).

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### AULA 1

CONCEITO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL  
CONTEXTO HISTÓRICO E EVOLUÇÃO DA IA  
ÁREAS DE PESQUISA E APLICAÇÕES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL  
RESOLUÇÃO CLÁSSICA DE PROBLEMAS COM IA - FORMULAÇÃO DE PROBLEMAS  
RESOLUÇÃO CLÁSSICA DE PROBLEMAS COM IA - MÉTODOS DE BUSCA PARA  
SOLUÇÃO DE PROBLEMAS  
NA PRÁTICA  
FINALIZANDO

### AULA 2

O QUE OS DADOS DIZEM SOBRE SUA EMPRESA/NEGÓCIO  
APRENDIZAGEM DAS MÁQUINAS SOBRE OS DADOS  
APRENDIZAGEM DE MÁQUINA PROFUNDA (DEEP LEARNING)  
QUANDO E ONDE A APRENDIZAGEM DE MÁQUINA PODE SER APLICADA NO  
CONTEXTO ORGANIZACIONAL  
CASE IBM WATSON  
NA PRÁTICA  
FINALIZANDO

### AULA 3

A SOCIEDADE E OS TRABALHADORES DO CONHECIMENTO  
O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO COM BASE EM DADOS  
A REPRESENTAÇÃO DO CONHECIMENTO NA IA  
SISTEMAS BASEADOS EM CONHECIMENTO E SISTEMAS ESPECIALISTAS  
APLICAÇÕES DE SISTEMAS BASEADOS EM CONHECIMENTO NO MEIO  
ORGANIZACIONAL  
NA PRÁTICA  
FINALIZANDO

### AULA 4

A COGNIÇÃO HUMANA REPRESENTADA PELA IA  
REDES NEURAIS ARTIFICIAIS (RNAs)  
DESAFIOS DAS REDES NEURAIS PROFUNDAS  
COMPUTAÇÃO COGNITIVA  
A COMPUTAÇÃO COGNITIVA NAS ORGANIZAÇÕES

NA PRÁTICA  
FINALIZANDO

**AULA 5**

CAPTURA DE VALOR E MUDANÇAS NOS PROCESSOS INDUSTRIAIS E CORPORATIVOS COM BASE NA IA  
COMO DESENVOLVER A ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO ADEQUADA PARA IA  
COMO AS ORGANIZAÇÕES NO BRASIL ESTÃO INVESTINDO EM IA  
ADOÇÃO DA IA PELAS ORGANIZAÇÕES: CENÁRIO INTERNACIONAL  
STARTUPS QUE TÊM NA IA SEU PRINCIPAL PRODUTO (BEM/SERVIÇO)  
NA PRÁTICA  
FINALIZANDO

**AULA 6**

HABILIDADE DOS PROFISSIONAIS PARA TRABALHAREM COM IA  
IA APLICADA PARA APOIAR A TOMADA DE DECISÃO  
VANTAGEM COMPETITIVA POR MEIO DA IA  
OPORTUNIDADES QUE A IA OFERECE PARA AMBIENTES DE NEGÓCIOS  
DESAFIOS QUE A IA ENFRENTA NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS  
NA PRÁTICA  
FINALIZANDO

**BIBLIOGRAFIAS**

- FAUVEL, S.; YU, H. A Survey on Artificial Intelligence and Data Mining for MOOCs. Working Paper, 2016.
- POLANSKY, R. Aristotle's De Anima: A Critical Commentary. Cambridge University Press, 2007.
- QUAN, X. I; SANDERSON, J. Understanding the Artificial Intelligence Business Ecosystem. IEEE Engineering Management Review, v. 46, n. 4, p. 22-25, 2018.

**DISCIPLINA:**

INOVAÇÃO, ECONOMIA VERDE E CRIATIVA

**RESUMO**

Estamos dando início ao curso sobre “Inovação, Economia Verde e Criativa”. Abordaremos questões relacionadas aos conceitos de criatividade. Vamos ver se todos nós somos dotados dessa qualidade, e também relacionar o assunto com questões relacionadas ao potencial criativo das pessoas, e como podemos alavancar ou despertar a criatividade, para dessa forma contribuir para as organizações e as pessoas.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**AULA 1**

INTRODUÇÃO  
BLOQUEADORES MENTAIS À CRIATIVIDADE  
PROCESSO CRIATIVO  
O PROCESSO CRIATIVO SURGE  
PROCESSO NA RESOLUÇÃO CRIATIVA DE PROBLEMAS

**AULA 2**

INTRODUÇÃO  
DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS INOVADORES

INOVAÇÃO SOCIAL  
TÉCNICAS DA CRIATIVIDADE PARA INOVAÇÃO  
COMO PODEMOS ALAVANCAR AS INOVAÇÕES?

**AULA 3**

INTRODUÇÃO  
CONCEITOS E DEFINIÇÕES  
ONDE ESTÁ A ECONOMIA CRIATIVA?  
O PODER TRANSFORMADOR DA ECONOMIA CRIATIVA  
ECONOMIA CRIATIVA, SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO

**AULA 4**

INTRODUÇÃO  
OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS EM TODOS OS LUGARES  
O PODER DOS SEGMENTOS DA ECONOMIA CRIATIVA  
ECONOMIA COLABORATIVA IMPULSIONA A ECONOMIA CRIATIVA  
ONDE ESTÃO OS RECURSOS PARA A ECONOMIA CRIATIVA?

**AULA 5**

INTRODUÇÃO  
PROTOCOLO DE KYOTO  
RIO+20: O FUTURO QUE QUEREMOS  
OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E AGENDA 2030  
ODS E SMART CITIES

**AULA 6**

INTRODUÇÃO  
ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO E SMART CITIES  
A TRANSFORMAÇÃO DE CIDADES TRADICIONAIS EM SMART CITIES  
AS FERRAMENTAS DE UMA SMART CITY  
AS SMART CITIES: CASES DE AÇÕES PRÁTICAS E EM TEMPO REAL

**BIBLIOGRAFIAS**

- ABRAHAN, M. Explosão da Inovação: aprenda e Inove de forma explosiva. São Paulo: EPSE, 2010.
- PAROLIN, R. H. S. Material didático com desenvolvimento sobre Criatividade e Inovação. Curitiba, 2017. No prelo.
- SIQUEIRA, J. Criatividade aplicada. Disponível em: <https://criatividadeaplicada.com>. Acesso em: 5 jul. 2019.

**DISCIPLINA:**

TECNOLOGIAS INOVADORAS

**RESUMO**

A inovação, assunto muito discutido na atualidade, vem se expandido de maneira considerável no Brasil e no mundo. Muitas vezes, a inovação é vista somente como a aplicação de melhores soluções, para atender a novos requisitos ou necessidades de mercado existentes. Para ser considerada inovação, uma ideia deve ser replicável a um custo econômico e satisfazer uma necessidade específica. A inovação envolve a aplicação deliberada de informações, imaginação e iniciativa na obtenção de valores

maiores ou diferentes dos recursos, e inclui todos os processos pelos quais novas ideias são geradas e convertidas em produtos úteis.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

#### **AULA 1**

INTRODUÇÃO  
INOVAÇÃO: CONCEITO E CARACTERÍSTICAS  
REVOLUÇÃO INDUSTRIAL  
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE (CTS)  
TECNOLOGIAS INOVADORAS – INTRODUÇÃO

#### **AULA 2**

INTRODUÇÃO  
MOBILIDADE TECNOLÓGICA – A SOCIEDADE QUE NAVEGA PELO TOQUE NA TELA  
DISPOSITIVOS MÓVEIS  
ARMAZENAMENTO EM NUVEM  
APLICATIVOS BANCÁRIOS – TRANSAÇÕES FINANCEIRAS EM ALGUNS CLIQUES

#### **AULA 3**

INTRODUÇÃO  
TECNOLOGIA E INOVAÇÃO COMO ALIADOS AO PROCESSO DE  
ENSINO-APRENDIZAGEM  
TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
AS TICS NA EDUCAÇÃO  
MUDANÇAS NO CENÁRIO DA EDUCAÇÃO FRENTE ÀS TICS

#### **AULA 4**

INTRODUÇÃO  
REALIDADE VIRTUAL  
SIMULAÇÕES DE COMPUTADOR  
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL  
JOGOS E GAMIFICAÇÃO

#### **AULA 5**

INTRODUÇÃO  
INOVAÇÃO NO TURISMO E DESENVOLVIMENTO  
INOVAÇÃO E PROGRAMAS SUSTENTÁVEIS - OS ODS E OS GRANDES BENEFÍCIOS  
PARA O PLANETA  
CIDADES INTELIGENTES  
NANOCIÊNCIA E NANOTECNOLOGIA

#### **AULA 6**

INTRODUÇÃO  
INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NA ÁREA DA EDUCAÇÃO  
INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE  
INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CENÁRIO ECONÔMICO  
DETERMINANTES E RESULTANTES DA CAPACIDADE DE INOVAÇÃO

### BIBLIOGRAFIAS

- FEENBERG, A. O que é Filosofia da Tecnologia? Disponível em: [https://www.sfu.ca/~andrewf/Feenberg\\_OQueEFilosofiaDaTecnologia.pdf](https://www.sfu.ca/~andrewf/Feenberg_OQueEFilosofiaDaTecnologia.pdf). Acesso em: 6 nov. 2019.
- FONTANINI, J. I. C.; CARVALHO, H. G. O papel das inovações incrementais em processos no ambiente industrial. Revista Tecnologia e Humanismo, v.19, n. 29, 2005. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rth/article/view/6367/4018>. Acesso em: 6 nov. 2019.
- GRINSPUN, M. P. S. Educação Tecnológica. In: GRINSPUN, M. P. S. (Org.). Educação Tecnológica: desafios e perspectivas. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

