

FASUL EDUCACIONAL **(Fasul Educacional EaD)**

PÓS-GRADUAÇÃO

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

| |
|---|
| DISCIPLINA: SISTEMA DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS - SIG |
| RESUMO |
| 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. |
| CONTEÚDO PROGRAMÁTICO |
| AULA 1 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 |
| AULA 2 INTRODUÇÃO IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS ASPECTOS FINANCEIROS: PAYBACK ASPECTOS FINANCEIROS: ROI ASPECTOS FINANCEIROS: VALOR PRESENTE LÍQUIDO |
| AULA 3 INTRODUÇÃO ASPECTOS TÉCNICOS: BUSINESS INTELLIGENCE ASPECTOS TÉCNICOS: MACHINE LEARNING ASPECTOS TÉCNICOS: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ASPECTOS TÉCNICOS: BIG DATA |
| AULA 4 INTRODUÇÃO CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT MANUFACTURING RESOURCE PLANNING I (MRP I) MANUFACTURING RESOURCE PLANNING II (MRP II) ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP) |
| AULA 5 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 |
| <ul style="list-style-type: none">● 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?

BIBLIOGRAFIAS

- 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.

- DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
- DRUCKER. P. F. Inovação e Espírito Empreendedor. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

DISCIPLINA:
COMÉRCIO ELETRÔNICO E MÍDIAS DIGITAIS

RESUMO

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.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

BREVE HISTÓRICO

E-BUSINESS: PRIMEIROS CONCEITOS

PADRÕES E-BUSINESS: A BASE ESTRUTURAL

COMÉRCIO ELETRÔNICO: ESTRUTURA E APLICAÇÕES

AMBIENTE DIGITAL

AULA 2

NEGÓCIOS NA ERA DIGITAL

GLOBALIZAÇÃO

ECONOMIA DIGITAL

MERCADO ELETRÔNICO

INTEGRAÇÃO ELETRÔNICA

AULA 3

ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS

ORGANIZAÇÃO VIRTUAL

SISTEMA ELETRÔNICO DE PAGAMENTO

RELACIONAMENTO COM CLIENTES E FORNECEDORES

GERENCIAMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS E ATENDIMENTO ELETRÔNICO

AULA 4

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.; NICOLAUD, 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

BIBLIOGRAFIAS

- ASSUNÇÃO, W. da S.; FAGUNDES, P. F.; REVILLION, A. S. P. Comércio Eletrônico. Porto Alegre: Grupo A, 2019.
- FERNANDES, L. C. de S. Instituições de Direito. São Paulo: Editora Saraiva, 2020.
- GONÇALVES, V. H. P. Marco Civil da Internet Comentado. São Paulo: Atlas, 2017.

DISCIPLINA:

INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA E SOCIAL

RESUMO

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.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

AULA 1

INTRODUÇÃO
UM POUCO DE HISTÓRIA
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E INOVAÇÃO
PANDEMIA OU EPIDEMIA DO CORONAVÍRUS
IMPACTO GLOBAL DOS EFEITOS DO VÍRUS

AULA 2

INTRODUÇÃO
PROCESSOS DE INOVAÇÃO
INOVAÇÃO SOCIAL
INOVAÇÃO ECONÔMICA
INOVAÇÃO AMBIENTAL

AULA 3

INTRODUÇÃO
EDUCAÇÃO E INOVAÇÃO
EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO SOCIAL
INOVAÇÃO NAS PEQUENAS EMPRESAS
LIDERANÇA PARA INOVAR

AULA 4

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/>>.
- 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/>>.

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

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

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

AULA 4

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

AULA 5

CAPTURE 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)

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

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.
- 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>.
- GRINSPUN, M. P. S. Educação Tecnológica. In: GRINSPUN, M. P. S. (Org.). Educação Tecnológica: desafios e perspectivas. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2009.