



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Pós-Graduação *Lato Sensu*

MBA em Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva

Sumário

1.	Nome do Curso e Área do Conhecimento	3
2.	Características Técnicas do Curso	3
3.	Público-alvo	3
4.	CrITÉrios de Seleção	4
5.	Justificativa do Curso	4
6.	Objetivos do Curso	5
7.	Competências e Habilidades do Egresso	5
8.	Metodologia de Ensino e Aprendizagem	6
9.	Estágio Não Obrigatório	8
10.	Matriz Curricular	10
11.	Carga Horária	10
12.	Conteúdo programático	10
13.	Infraestrutura Física e Pedagógica	12

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: MBA em Gestão do Conhecimento e Inteligência Competitiva

Área de Avaliação (CAPES): ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E TURISMO

Grande Área (CAPES): CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Área do Conhecimento (CAPES): ADMINISTRAÇÃO

Classificação OCDE: Ciências sociais, comunicação e informação

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 1000 alunos

Período de Oferecimento: O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

3. Público-alvo

O MBA em Gestão do conhecimento e Inteligência competitiva está destinado a profissionais da área de engenharia, tecnologia e negócios, que

desejam utilizar conceitos, ferramentas e metodologias de gestão do conhecimento e inteligência competitiva no cotidiano das organizações.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de inscrição no portal da Instituição e entrega dos documentos solicitados. Em seguida, analisados pela área competente.

5. Justificativa do Curso

Ao longo de anos, desde a chegada da tecnologia da informação nas empresas, passamos pela era do processamento dos dados, depois pela era da informação e nos dias de hoje, mais do que nunca o conhecimento tem ganhado grande protagonismo no ambiente organizacional.

Por representar um ativo intangível, ele não é tão fácil de ser gerenciado. Não obstante, esta não deve ser uma barreira a sua disseminação e conversão como um processo bem estabelecido. Ainda mais porque é do adequado uso do conhecimento que alcançamos a inteligência competitiva, que auxilia as organizações a agirem de forma proativa, rápida e estratégica diante dos mais diversos cenários.

Neste sentido e impulsionado por esta necessidade, o MBA em Gestão do conhecimento e Inteligência competitiva objetiva formar profissionais capazes de enxergar o conhecimento como um ativo e bem gerenciá-lo em vista da utilização de práticas de inteligência competitiva.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

- Capacitar profissionais das áreas de engenharia, tecnologia e negócios a gerenciar o conhecimento e a partir dele utilizar práticas de inteligência competitiva.

6.2. Objetivos Específicos

- Apresentar ferramentas e soluções de voltadas para a gestão do conhecimento cooperando com o desenvolvimento de um ambiente inovador.
- Fornecer uma base de conhecimento sobre práticas de inteligência competitiva.
- Compreender a importância do conhecimento e da inovação para a estratégias de negócio.

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

Atuar no contexto empresarial no intuito de identificar e avaliar o uso da Gestão do conhecimento nas organizações, de forma a favorecer a utilização da inteligência competitiva em benefício das estratégias de negócio.

Habilidades

- Gerenciar estrategicamente o conhecimento como um ativo intangível dentro das organizações.
- Identificar oportunidade em que se configura o uso da inteligência competitiva nos negócios
- Aplicar técnicas em inteligência competitiva e de gestão conhecimento nas organizações.

8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

Estas 40 horas são compostas pelo estudo dos diversos insumos pedagógicos disponibilizados, como:

- ✓ materiais de leitura;
- ✓ videoaulas;
- ✓ slides;
- ✓ podcasts;
- ✓ indicações de leituras extras como artigos e capítulos de livros.

Como parte do modelo acadêmico, também contabilizamos:

- ✓ a interação com os tutores para esclarecimentos de dúvidas pedagógicas (via Fórum);
- ✓ a realização da avaliação disciplinar pelo aluno.

Vale ressaltar que cada aluno é único e tem seu próprio tempo para aprendizagem. Alguns conseguem assimilar o conteúdo com mais agilidade, outros precisam retomar as leituras e videoaulas para tornar sua aprendizagem efetiva.

O tempo gasto pelo aluno para o entendimento de cada disciplina depende também da sua familiaridade com o tema, ou seja, o conhecimento prévio que o aluno tem em relação a temática abordada.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades baseadas em leitura de textos de fundamentação teórica e acesso a recursos audiovisuais.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.
- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).
- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

Avaliação do Desempenho do Aluno

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de jubramento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas as condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

Certificação

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

Composição do Corpo Docente

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

9. Estágio Não Obrigatório

O estágio curricular não obrigatório tem como finalidade estimular o aluno a desenvolver atividades extracurriculares, para que possa inter-relacionar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e aplicá-los na solução de problemas reais da profissão, proporcionando o desenvolvimento da

análise crítica e reflexiva para os problemas socioeconômicos do país, de acordo com a Resolução de Estágio curricular não obrigatório vigente na Instituição.

Os principais objetivos da prática do estágio curricular não obrigatório são:

- I. proporcionar o exercício do aprendizado comprometido com a realidade socioeconômica-política do país;
- II. propiciar a realização de experiências de ensino e aprendizagem visando à educação profissional continuada, alicerçada no desenvolvimento de competências e habilidades e ao exercício do pensamento reflexivo e criativo; e
- II. incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da cultura.

A carga horária é definida pela concedente de estágio, não podendo ultrapassar a carga horária máxima de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, as quais podem ser realizadas em empresas públicas ou privadas, instituição de pesquisa, órgãos governamentais e não governamentais, e as próprias unidades da Universidade, desde que sigam às condições adequadas para que o estagiário possa aprofundar os seus conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no curso.

Para o Curso de Pós-Graduação EAD, a prática do estágio curricular não obrigatório é permitida durante a vigência do curso, não podendo exceder em um mesmo campo de estágio o período de 2 (dois) anos.

Os estágios curriculares não obrigatórios devem estar apoiados em Termo de Compromisso e de comum acordo com a Instituição, devendo explicitar não somente os aspectos legais específicos, como também os aspectos educacionais e de compromisso com a realidade social.

O Planejamento do Estágio Curricular Não Obrigatório é de responsabilidade do coordenador de curso/professor orientador e também do Departamento de Estágios.

10. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0 h	0 h	0 h
Gestão da informação	0 h	40 h	40 h
Gestão do conhecimento	0 h	40 h	40 h
Gestão da Inovação	0 h	40 h	40 h
Empreendedorismo e growth hacking	0 h	40 h	40 h
Estratégia executiva	0 h	40 h	40 h
Cultura organizacional	0 h	40 h	40 h
Transformação organizacional através da Gestão por Processos de Negócios (BPM)	0 h	40 h	40 h
Marketing estratégico e inteligência competitiva	0 h	40 h	40 h
BI: A inteligência de negócios	0 h	40 h	40 h

11. Carga Horária

A carga horária de 360 h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

12. Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Ensino a distância: características desta modalidade de estudo. A tecnologia e o ensino à distância. Legislação do Ensino a Distância no Brasil. Aspectos relacionados ao perfil no Ensino a Distância.

Competências e Habilidades:

- Compreender a modalidade de ensino a distância.
- Identificar uma relação entre tecnologia e educação no contexto do EAD;
- Discutir elementos da legislação do ensino a distância no Brasil;
- Refletir sobre o perfil do aluno em ensino a distância.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Ensino a Distância.

Conteúdo Programático 2: Tecnologia e educação.

Conteúdo Programático 3: Legislação do Ensino a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 4: Perfil do aluno no Ensino a Distância.

Bibliografia básica:

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - Lei n. 9.394/96**. Brasília, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 6 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP n. 7, de 18 de dezembro de 2018**. Brasília, 2018. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf. Acesso em: 6 dez. 2022.

GIL, H. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma 'humanização' em contexto educativo. 2014. **Boletim informativo Cybercentro Castelo Branco**. Castelo Branco, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MEYER, A. I. da S. (2022). Conceituando a Educação a Distância. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 1, p. 590-601, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/3835>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VAZ, M. L. de L.; RIBEIRO, F.; COSTA, L. A. da. Os desafios da educação a distância on-line e a remotividade na nova engenharia educacional. **Brazilian Journal of Science**, v. 1, n. 4, p. 79-86. Goiás, 2022. Disponível em: <https://www.brazilianjournalofscience.com.br/revista/article/view/79>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VIEIRA, D. M. L.; COSTA, L. A.; VAZ, M. L. L. Um novo olhar para a educação a distância. In: MACHADO, G. E.; COSTA, S. C.; SILVA, K. R. P. **Debates contemporâneos: perspectivas e reflexões atuais**. Santa Maria: Arco, 2021.

Bibliografia Complementar:

BAPTISTA, M. M. Internet: auxílio à educação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 16, p. 37- 44, [s. l.], 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23717>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância: uma visão integrada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAN, J. M.; MASETTO, M. T.; BEHRENS, M. A. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. 21. ed. Campinas: Papirus, 2013.

PIVA, D. J.; PUPO, R.; GAMEZ, L. et al. **EAD na prática: planejamento, métodos e ambientes de educação on-line**. São Paulo: Elsevier, 2011.

Disciplina: Gestão da Informação

Ementa: Gestão do Conhecimento. Inserção da Tecnologia da Informação na estratégia empresarial. Tecnologia da Informação na construção da Vantagem Competitiva. Áreas de conhecimento com BPM. Mapeamento e Modelagem de

Processos de Negócios com BPM. Introdução a SOA. Conceitos de Serviços. Modelo de Governança de SOA.

Competências e Habilidades:

- Conhecer a gestão do conhecimento, seus elementos e o contexto de sua utilização;
- Realizar mapeamentos e modelagem com tecnologias de gestão da informação em ambientes de negócios;
- Executar a gestão dos processos de negócios nos diversos ambientes e naturezas;
- Aprender a utilizar as tecnologias da informação em processos de negócios na estratégia empresarial.

Conteúdo Programático 1: Gerência do conhecimento: elementos e contextos.

Conteúdo Programático 2: Mapeamento e modelagem de processos de negócios.

Conteúdo Programático 3 Tipos de processos de negócio e suas naturezas.

Conteúdo Programático 4: Tecnologias emergentes em processos de negócios.

Bibliografia:

AKKARI, A.C.S. **Gestão do conhecimento e da tecnologia de informação**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018.

AMARAL, F. **Introdução a ciência de dados: mineração de dados e Big Data**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

BAHGA, A.; MADISETTI, V. **Big data science & analytics: a hands-on approach**. Arshdeep Bahga & Vijay Madisetti, 2019.

BEAL, A. **Gestão estratégica da informação: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004. EAN13: 9788522437641

CRUZ, T. **Sistemas, métodos & processos**. 2. ed. 7a. reimpressão. São Paulo: Atlas, 2011.

DE SORDI, J. O. **Administração da informação: fundamentos e práticas para uma nova gestão do conhecimento**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

LAURINDO, J. **Tecnologia da informação: planejamento e gestão de estratégias**. São Paulo: Atlas, 2008.

NUNES, S.E.; SANTANA, G.A. **Tecnologia da informação na gestão do conhecimento**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018.

SHARDA, R.; DELEN, D.; TURBAN, E. **Business intelligence e análise de dados para gestão do negócio**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

SIQUEIRA, M. C. **Gestão estratégica da informação**. Rio de Janeiro: Brasport, 2005.

TAKEUCHI, H; NONAKA, I. **Gestão do conhecimento**. Tradução Ana Thorell. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VIEIRA, M. F. **Gerenciamento de projetos de tecnologia da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003. ISBN: 9788535211955.

Disciplina: Gestão do conhecimento

Ementa: A disciplina versa sobre a à Gestão Conhecimento, seus aspectos, cenários e suas complexidades. Analisa a Gestão do Conhecimento na perspectiva de suas competências estratégicas. Introduz a questão da aprendizagem organizacional abordando a ferramenta do BSC – *Balanced Scorecard* com foco na perspectiva de aprendizagem e crescimento. Evidencia as práticas de Gestão do Conhecimento e as possibilidades de sua implementação.

Competências e Habilidades:

- Identificar os conceitos e práticas de Gestão do Conhecimento
- Refletir sobre a aprendizagem organizacional como novos conhecimentos nas organizações e analisar sua dinâmica.
- Identificar as práticas de gestão do conhecimento a analisar as possibilidades de implementação nas organizações

Conteúdo Programático:

Conteúdo Programático 1: Introdução à Gestão Conhecimento. Cenários, complexidades e conhecimento

Conteúdo Programático 2: Gestão do Conhecimento e Competências Estratégicas

Conteúdo Programático 3: Aprendizagem Organizacional. Perspectivas do BSC – Aprendizagem e Crescimento

Conteúdo Programático 4: Implantação e práticas de Gestão do Conhecimento

Bibliografia básica

Leme, FLEURY, Maria, T. e OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda (Org.). **Gestão estratégica do conhecimento - Integrando aprendizagem, conhecimento e competências**. São Paulo, Grupo GEN, 2011

LONGO, Rose Mary Juliano; QUEIROZ, Cecília; SANTOS, Priscila; CAMACHO, Fabíola; PAULINELLI, Regina e FEDELE, Duílio. **Gestão do Conhecimento: a mudança de paradigmas empresariais no século XXI**. São Paulo. Editora Senac, 2017

OZAKI, Yaeko; AVONA, Marcia Eloisa. **Gestão do Conhecimento**. Londrina. Editora e Distribuidora Educacional. 2016

Bibliografia complementar:

ANGELONI, Maria T. **Organizações do Conhecimento - Infra-estrutura, Pessoas e Tecnologia**, 2ª edição. Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Saraiva, 2008.

OTTOBONI, Celia; PAGNI, Tales Eduardo Monteiro. **Aliando o Balanced Scorecard à Gestão do Conhecimento: integrando capital intelectual à estratégica**. XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Florianópolis, 2004

TAKAHASHI, Adriana Roseli Wunsch. **Competências, aprendizagem organizacional e gestão do conhecimento**. Curitiba. Intersaberes, 2015

Disciplina: Gestão da Inovação

Ementa: A disciplina compreende a análise das bases conceituais, teóricas e metodológicas da prática da inovação, entendida como ferramenta e disciplina empresarial que visa criar vantagem competitiva para organizações. Partindo da compreensão das bases conceituais e teóricas que fundamentam a relação entre gestão, inovação e competitividade, segue-se com o estudo dos processos gerenciais de inovação. Conceitua, define e exemplifica o conceito de inovação aberta. Finaliza-se com a análise do contexto nacional referente a gestão da inovação exemplificado por meio de estudo de caso.

Competências e Habilidades:

- Capacidade de articular as dimensões teóricas e conceituais com a prática da inovação.
- Conhecer os tipos de inovação e suas aplicações.
- Aplicação dos conceitos de inovação em processos gerenciais de organizações.
- Entendimento dos princípios de inovação aberta.
- Compreensão do cenário nacional referente a inovação e negócios.

Conteúdo Programático

Conteúdo Programático 1: Bases Conceituais da Inovação.

Conteúdo Programático 2: Gerenciando o processo de inovação.

Conteúdo Programático 3: *Open Innovation* – acolhendo a inovação.

Conteúdo Programático 4: Gestão da Inovação no Contexto Brasileiro e Estudo de Caso .

Bibliografia básica:

CHESBROUGH, Henry. Et al. *Novas fronteiras em inovação aberta*. São Paulo: Blucher, 2018.

MENDES, Dayse. *Gestão de Inovação e Tecnologia*. Curitiba: Contentus, 2020.

SCHERER, Felipe Ost. *Gestão da inovação na prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação*. São Paulo: Atlas, 2016.

TAVARES, José. *Gestão da inovação e geração de valor em pequenas e médias empresas*. São Paulo: Editora Senac, 2020.

Bibliografia complementar

BESSANT, John. *Inovação e empreendedorismo*. Porto Alegre : Bookman, 2019.

CUKIERMAN, Edouard. ROUACH, Daniel. *O vale de Israel: o escudo tecnológico da informação*. Rio de Janeiro: BestSeller, 2020

FREITAS FILHO, Fernando Luiz. *Gestão da inovação: teoria e prática para implantação*. São Paulo : Atlas, 2013.

HENRIQUES, Silvia. *Gestão da Inovação e competitividade*. São Paulo: Pearson, 2018.

ROCHA, Lygia Carvalho *Criatividade e inovação: como adaptar-se às mudanças*. Rio de Janeiro : LTC, 2009.

TROTT, Paul. *Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos*. Porto Alegre: Bookman, 2012.

VIANA, Rodrigo. *Gestão da tecnologia e inovação*. São Paulo: Editora Senac, 2018.

Disciplina: Empreendedorismo e *growth hacking*.

Ementa: Nesta disciplina será apresentado conceitos de empreendedorismo, como entender novos rumos do mercado para inovar e começar o seu próprio negócio, utilizando recursos digitais como base. Também sobre *growth hacking* e como novas tecnologias vão influenciar estratégias de marketing.

Competências e Habilidades:

- Identificar tendências de mercado que podem ser favoráveis para o mercado em que a empresa atua;
- Entender o que é *growth hacking* e como novas tecnologias vão influenciar estratégias de marketing.

Conteúdo Programático 1: Tendências de mercado.

Conteúdo Programático 2: Inovação e Disrupção.

Conteúdo Programático 3: Lançando um novo negócio com o método *lean startup*.

Conteúdo Programático 4: *Growth Hacking* – o que é e como aplicá-lo.

Bibliografia Básica:

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. São Paulo: LTC, 2014.

PINHEIRO, Tennyson Dias. **The service startup:** inovação e empreendedorismo por meio do design. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

RIES, Eric. **A startup enxuta:** como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

WEINBERG, Gabriel; MARES, Justin. **Traction:** a startup guide to getting customers. New York: S-Curve Records, 2014.

Bibliografia Complementar:

CLEMENTE, Matheus. Rockcontent. O que é Growth Hacking: pensando fora da caixa para acelerar sua empresa. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/growth-hacking/>. Acesso em: 25 nov. 2019. Publicado em 10 de agosto de 2016. | Atualizado em 14 de outubro de 2019

Empreendedorismo Digital. Disponível em www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/empreendedorismo-

[digital,f914438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD](https://digital.f914438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD). Acesso em 18 de outubro de 2019.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **Isto é *design thinking* de serviços**. Porto Alegre: BOOKMAN, 2014.

Disciplina: Estratégia Executiva

Ementa: Conceito de Estratégia. Planejamento estratégico. Princípios de *Balanced ScoreCard*, Modelos de competitividade. Empreendedorismo Estratégico.

Conteúdo Programático 1: Conceito de estratégia. Estratégia e as grandes transformações do mundo corporativo.

Conteúdo Programático 2: Eficácia operacional e escolhas estratégicas; O mecanismo de *trade-off*.

Conteúdo Programático 3: Planejamento estratégico. Ascensão e queda do planejamento estratégico.

Conteúdo Programático 4: Missão, visão e valores; A execução da estratégia: *Balanced Scorecard*.

Conteúdo Programático 5: Modelos de competitividade. Forças competitivas. Matriz BCG.

Conteúdo Programático 6: Modelos de competitividade. Modelo de Ansoff; Matriz Swot.

Conteúdo Programático 7: Empreendedorismo Estratégico. Inovação nas organizações: Barreiras e incentivos.

Conteúdo Programático 8: Empreendedorismo Corporativo, Corporate Venture e intraempreendedorismo. As vacas sagradas e os paradigmas corporativos.

Bibliografia:

ALBRECHT, KARL. **Programando o Futuro: O trem da linha norte**. Makron Books, 1994.

CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração Estratégica**. 2a Edição. São Paulo: Pearson. 2005. ISBN: 8576050250.

GAGLIARDI, G. **A Arte da Guerra - A Arte da Administração e Negócios**. 1a Edição. Brasil: Makron Books. 2007. ISBN: 8576800314.

HAMEL, GARY; PRAHALAD, C. K. **Competindo pelo futuro**. 13ª ed. Ed. Campus, RJ, 2005.

HASHIMOTO, M. **Espírito Empreendedor nas Organizações**. 3ª ed. Ed. Saraiva, SP, 2013.

HITT, M. A.; IRELAND R. D.; HOSKISSON R. E., **Administração Estratégica** - Tradução da 7a. edição norte-americana. 2a Edição. São Paulo: Thomson Pioneira. 2007. ISBN: 8522105200.

KLUYVER, A. de; PEARSE, J. A. II. **Estratégia: uma visão executiva**. 2a Edição. São Paulo: Pearson. 2006. ISBN: 8576051060.

KAPLAN, R.S.; NORTON, D.P. **A estratégia em ação: balanced scorecard**. 20. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

KAPLAN, R.S.; NORTON, D.P. **Organização orientada para estratégia**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MINTZBERG, H; AHLSTRAND, B; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: Um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Bookman Ed., 2010.

PORTER, M. **Vantagem Competitiva**. 12ª ed. Ed. Campus, RJ, 1989.

Disciplina: Cultura organizacional

Ementa: Conceito e elementos da cultura organizacional. Influências da cultura nacional na cultura das organizações. Relação entre cultura organizacional, cultura brasileira e diversidade. Diferenças entre cultura e clima organizacional. Associações entre cultura, clima e mudança organizacional. Papel dos líderes na construção da cultura e na jornada de evolução cultural.

Competências e Habilidades:

- Identificar os elementos que compõem a cultura das organizações;
- Compreender como as organizações funcionam em função de seus valores, suas crenças, seus rituais, suas normas e de outros elementos que lhes são característicos;
- Criar estratégias para a construção de uma cultura diversa e inclusiva;
- Reconhecer a importância da comunicação nos processos de mudança organizacional;
- Atuar como promotor de uma jornada de evolução cultural constante na organização.

Conteúdo Programático:

Conteúdo Programático 1: Cultura Organizacional e Cultura Brasileira

Conteúdo Programático 2: Cultura Organizacional e Diversidade

Conteúdo Programático 3: Cultura, Clima e Mudança Organizacional

Conteúdo Programático 4: Cultura e Liderança nas Organizações

Bibliografia básica:

DIAS, R. **Cultura organizacional**: construção, consolidação e mudanças. São Paulo: Atlas, 2013.

FELTRIN, C. M. de A. **Cultura e clima organizacional**. Curitiba: Contentus, 2020.

FREITAS, M. E. de. **Cultura organizacional**: evolução e crítica. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

FREITAS, M. E. de.; DANTAS, M. **Diversidade sexual e trabalho**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

MOTTA, F. P.; CALDAS, M. (Org.). **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997.

PEREZ, F.C.; COBRA, M. **Cultura organizacional e gestão estratégica**: a cultura como recurso estratégico. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2017.

ROBBINS, S.P. **Comportamento organizacional**. 11.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

RODRIGUES, D. F.; NARDUCCI, V. **Mudança e cultura organizacional**. Rio de Janeiro: FGV, 2021.

SALLES, J. R.; WOOD JR., T.; CALDAS, M. O desafio da mudança cultural. **GV Executivo**, v. 17, n.3, p.40-43, maio/jun. 2018.

SCHEIN, E.H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2017.

SILVA, J. R. G. da; VERGARA S. C. Sentimentos, subjetividade e supostas resistências à mudança organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v.43, n.3, p.10-21, jul./set. 2003.

SIQUEIRA, M. M. M. (Org.). **Medidas do comportamento organizacional**: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TONET, H. C. *et al.* **Liderança e gestão de pessoas em ambientes competitivos**. Rio de Janeiro: FGV, 2012.

Bibliografia complementar

AMATO, L. (Coord.). **Diversidade e inclusão e suas dimensões**. São Paulo: Literare Books International, 2022.

BARBOSA, L. **Igualdade e meritocracia**: a ética do desempenho nas sociedades modernas. Rio de Janeiro: FGV, 1999.

CHU, R.A.; WOOD JR. T. Cultura organizacional brasileira pós-globalização: global ou loca? **Revista de Administração Pública**, v.42, n.5, p.969-991, set./out. 2008.

EDMONDSON. A. C. **A organização sem medo**: criando segurança psicológica no local de trabalho para aprendizado, inovação e crescimento. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

FISCHER, A. L.; DUTRA, J. S.; AMORIM, W. A. C. de (Org.). **Gestão de pessoas**: desafios estratégicos das organizações contemporâneas. São Paulo: Atlas, 2009.

FREITAS, M. E. de. **Cultura organizacional**: identidade, sedução e carisma? 5.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

JOHNSON, S. K. **Inclusifique**: como a inclusão e a diversidade podem trazer mais inovação à sua empresa. São Paulo: Benvirá, 2020.

LUZ, R. **Gestão do clima organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MIGUELES, C.; ZANINI, M. T. (Org.). **O elo perdido**: cultura, produtividade e competitividade. Rio de Janeiro: FGV, 2021.

PARADELA, V. C.; GOMES, A. P. C. Z. **Tendências da gestão de pessoas na sociedade do conhecimento**. Rio de Janeiro: FGV, 2018.

PESTANA, Mauricio. **A empresa antirracista**: como CEOs e altas lideranças estão agindo para incluir negros e negras nas grandes corporações. 2.ed. Rio de Janeiro: Agir, 2021.

PLIOPAS, A.L.V.; TONELLI, M. J. Dilemas da cultura organizacional. **RAE Executivo**, v.2, n.4, p.78-82, nov. 2003/jan. 2004.

TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Org.). **Gestão internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.

VERGARA, S.C. A liderança aprendida. **GV Executivo**, v.6, n.1, p.61-65, jan./fev. 2007.

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas**. 16.ed. São Paulo: Atlas, 2016.

Disciplina: Transformação organizacional através da Gestão por Processos de Negócios (BPM).

Ementa: Gestão por processos de negócios. Governança da gestão por processos. Ciclo de vida da gestão por processos. Integração de estratégia, processos, projetos e experiência do cliente.

Competências e Habilidades:

- Compreender as bases da gestão por processos de negócios e como aplicá-las às organizações de maneira prática e agregadora de valor;
- Garantir a governança da gestão por processos de negócios para que esta se integre não apenas à execução e evolução de processos e entrega de resultados organizacionais, mas também às suas crenças, valores estilo de liderança e cultura;
- Ser capaz de gerir o ciclo de vida completo de processos para garantia de adaptabilidade e agilidade nos negócios;
- Ser capaz de utilizar e buscar sempre por novas ferramentas para integração entre estratégia, processos, projetos e experiência do cliente, com o objetivo de gerar o máximo benefício a cada etapa e a cada ciclo.

Conteúdo Programático 1: O que significa gestão por processos de negócios. Princípios básicos que sustentam a gestão por processos. Resultados e benefícios esperados com a gestão por processos.

Conteúdo Programático 2: Elementos básicos da governança de processos. Estruturas de apoio à governança. Portfolio de processos. Contexto organizacional e de negócios para a governança de processos.

Conteúdo Programático 3: O ciclo de vida BPM. Conceito e práticas envolvidas em cada etapa do ciclo. Questões práticas envolvidas no ciclo de vida BPM. Exemplos de ferramentas utilizadas em cada etapa.

Conteúdo Programático 4: Materialização da estratégia organizacional através de processos. Diferenças e complementariedades entre processos e projetos. A importância da experiência do cliente. Integração de estratégia, processos, projetos e experiência do cliente.

Bibliografia Básica:

BROCKE, Jan Vom; ROSEMAN, Michael. **Manual de BPM:** Gestão de processos de negócio. Porto Alegre: Bookman, 2013.

JESUS, Leandro; MACIEIRA, André. **Repensando a gestão por meio de processos:** Como BPM pode transformar negócios e gerar crescimento e lucro. Rio de Janeiro: EloGroup, 2015.

TREGGAR, Roger; JESUS, Leandro; MACIEIRA, André. **Estabelecendo o escritório de processos:** Um programa inovador para projetar, construir, operar e transferir conhecimentos, ferramentas e infraestrutura necessários para permitir e apoiar uma organização centrada em processos. Rio de Janeiro: EloGroup, 2010.

Bibliografia Complementar:

CAPOTE, Gart. **Fuja Do Fluxograma:** Guia Para Modelagem Da Verdade Com Bpmn. N.p., CreateSpace Independent Publishing Platform, 2018.

DOERR, John. **Avalie o que importa:** Como o Google, Bono Vox e a Fundação Gates sacudiram o mundo com os OKRs. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta:** Como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. Rio de Janeiro: LeYa, 2012.

ROGERS, David L. **Transformação Digital:** Repensando o seu negócio para a Era Digital. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

Disciplina: Marketing estratégico e inteligência competitiva

Ementa: O objetivo da disciplina é articular estratégias no âmbito do marketing, fomentando a consciência crítica de cunho analítico e digital para desenvolvimento de inteligência competitiva no cenário nacional e internacional de competição empresarial.

Conteúdo Programático 1: Desenvolvimento do Plano Estratégico: Definição, origem e aplicabilidade.

Conteúdo Programático 2: Utilizando o Marketing estratégico como instrumento de competitividade: conceito, ações e ferramentas.

Conteúdo Programático 3: Análise do ambiente de negócios: atratividade e competitividade.

Conteúdo Programático 4: O Modelo de Negócios: *Business Model Generation*, Canvas e Proposta de Valor.

Conteúdo Programático 5: Disrupção - uma nova abordagem estratégica.

Conteúdo Programático 6: Análise do ambiente interno: forças e fraquezas.

Conteúdo Programático 7: Execução da estratégia: pessoas, processos, qualidade, Imagem e finanças.

Conteúdo Programático 8: Métricas e revisões estratégicas.

Bibliografia:

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão Estratégica:** Da empresa que temos para a empresa que queremos. São Paulo: Saraiva, 2007.

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.

KOTLER, Philip. **Marketing para o Século XXI:** Como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.

KOTLER, Philip; LANE, Kevin. **Administração de Marketing:** A Bíblia do Marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall Brasil, 2006.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation.** Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 2010.

Disciplina: BI: a inteligência de negócios

Ementa: O caminho da tecnologia para o crescimento exponencial. Aplicação nos negócios. Negócios inteligentes, negócios cognitivos, inteligência de mercado. Tomadas de decisão dentro das empresas. Amparo maior em análise

de dados. Assertividade. Inteligência de negócios: principais elementos, como são feitos, analisados e gerenciados.

Competências e Habilidades:

- Ser capaz de aplicar *business intelligence* para resolução de problemas da área de negócios;
- Ser capaz de articular mineração de dados a partir de inteligência artificial;
- Dominar modelos preditivos e descritivos com intuito de embasar a tomada de decisão;
- Confeccionar apresentação de dados de forma didática e atrativa.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao BI e Data warehouse.

Conteúdo Programático 2: Análise de negócios e visualização de dados.

Conteúdo Programático 3: Mineração de dados e Inteligência Artificial.

Conteúdo Programático 4: Business Performance Management (BPM).

Bibliografia Básica:

FACELI, K. *et al.* **Inteligência Artificial:** Uma abordagem de aprendizagem de máquina. Rio de Janeiro, LTC, 2011.

TURBAN, E. *et al.* **Business intelligence:** um enfoque gerencial para a inteligência do negócio. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MARÓSTICA, E. (org.) **Inteligência de mercado.** São Paulo: Cengage Learning, 2014.

Bibliografia Complementar:

CHEN, Hsinchun; CHIANG, Roger HL; STOREY, Veda C. Business intelligence and analytics: From big data to big impact. **MIS quarterly**, v. 36, n. 4, 2012.

LAURSEN, Gert HN; THORLUND, Jesper. **Business analytics for managers:** Taking business intelligence beyond reporting. John Wiley & Sons, 2016.

NEGASH, Solomon. Business intelligence. **The communications of the Association for Information Systems**, v. 13, n. 1, p. 54, 2004.

13. Infraestrutura Física e Pedagógica

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

Hardware:

- Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
- 2Gb de Memória RAM.
- Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.
- Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

Software:

- Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
- Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
- Adobe Flash Player (atualizado).
- *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

Rede:

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
- Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

