



Projeto Pedagógico de Curso

Pós-Graduação *Lato Sensu*

Propriedade intelectual

Sumário

1.	Nome do Curso e Área do Conhecimento.....	2
2.	Características Técnicas do Curso.....	2
3.	Público-alvo	2
4.	Critérios de Seleção.....	3
5.	Justificativa do Curso.....	3
6.	Objetivos do Curso.....	3
7.	Metodologia de Ensino e Aprendizagem.....	4
8.	Estágio Não Obrigatório	6
9.	Matriz Curricular	8
10.	Carga Horária	8
11.	Conteúdo programático.....	8
12.	Infraestrutura Física e Pedagógica.....	24

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Propriedade intelectual

Grande Área: Multidisciplinar (9.00.00.00-5)

Área de Avaliação (CAPES): Interdisciplinar

Área do Conhecimento (CAPES): Interdisciplinar (90100000)

Classificação OCDE: Negócios, administração e direito

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 100 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

Este curso destina-se a profissionais atuantes nas áreas de: negócios, inteligência tecnológica, desenvolvimento de tecnologias e produtos, marketing, jurídico e gestão de inovação.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de processo seletivo descrito em Edital (inscrição, seleção e matrícula).

5. Justificativa do Curso

Diante o atual cenário econômico e tecnológico, englobando constantes inovações, surgimento de uma diversificação de empreendedores e transformação digital, o curso desenvolve conceitos em propriedade intelectual e industrial para auxiliar na compreensão de aspectos relacionados à patente, marcas, direito autoral, gestão do conhecimento e gestão coletiva.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivos Gerais

- Capacitar profissionais das diversas áreas do conhecimento para atuação na área de Propriedade Intelectual afim de definir estratégias de proteção, negociação e inovação tecnológica.

6.2. Objetivos Específicos

- Fornecer os principais conceitos relacionados à Propriedade Intelectual, peculiaridades e formas de proteção;
- Trazer reflexões sobre o Direito autoral, contrato, plágio e Direito da propriedade intelectual;
- Apresentar as tendências digitais nos mais diversos segmentos profissionais e como realizar uma gestão sobre os mesmos;
- Introduzir aspectos de patentes, tais como bases de dados e principais requisitos.

7. 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.

8. 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.

O estágio curricular não obrigatório do curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* segue as diretrizes estabelecidas pela Lei Nº 11.788/2008.

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.

9. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0h	0h	0h
Gestão do conhecimento	0h	40h	40h
Tendências e inovações	0h	40h	40h
Inovação tecnológica e meio ambiente	0h	40h	40h
Gestão da inovação	0h	40h	40h
Design de produto	0h	40h	40h
Propriedade intelectual e aspectos de patentes	0h	40h	40h
Propriedade intelectual aplicada	0h	40h	40h
Direito autoral: contrato-limitações e proteção jurídica	0h	40h	40h
Gestão Estratégica da Marca e Percepção Digital	0h	40h	40h

10. Carga Horária

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

11. Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Histórico da Educação a Distância. Legislação da Educação a Distância no Brasil. Potencialidades da Educação a Distância. Flexibilidade de Acesso. Tecnologias para apoio à pesquisa. Aprendizagem colaborativa. Características do aluno na EAD. Boa convivência virtual: netiquetas.

Conteúdo Programático 1: Histórico da Educação a Distância.

Conteúdo Programático 2: Legislação da Educação a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 3: Potencialidades da Educação a Distância.

Conteúdo Programático 4: Flexibilidade de Acesso.

Conteúdo Programático 5: Tecnologias para apoio à pesquisa.

Conteúdo Programático 6: Aprendizagem colaborativa.

Conteúdo Programático 7: Características do aluno na EAD.

Conteúdo Programático 8: Boa convivência virtual: netiquetas.

Bibliografia:

ALVES, L. Educação a distância: conceitos e história no Brasil e no mundo. **Associação Brasileira de Educação A Distância**, São Paulo, v. 10, n. 7, p.85-92, out. 2011. Mensal. Disponível em: <http://www.abed.org.br/revistacientifica/Revista_PDF_Doc/2011/Artigo_07.pdf>.

Acesso em: 19 fev. 2018.

GOTTARDI, M. de L. A autonomia na aprendizagem em educação a distância: competência a ser desenvolvida pelo aluno. **Associação Brasileira de Educação a Distância**, São Paulo, v. 14, n. 8, p. 110-123, dez, 2015. Mensal. Disponível em: <http://seer.abed.net.br/edicoes/2015/08_A_AUTONOMIA_NA_APRENDIZAGEM.pdf> Acesso em: 19 fev. 2018.

LITTO, F. M. FORMIGA, M. M. M. (org.) **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

MOORE, Michael; KEARSLEY, Greg. **Educação a Distância, uma visão integrada**. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

MORAES, M. C. **O Paradigma educacional emergente**. Campinas – SP: Papirus, 1997.

MORAN, J. M. MASETTO, M. T. BEHRENS, M. A. **Novas Tecnologias e Mediação Pedagógica**. 21ª Ed. Campinas, SP: Papirus, 2013.

MORAN, J. M. **O Uso das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação na EAD - uma leitura crítica dos meios.** <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/T6%20TextoMoran.pdf>. Acesso em: 16 de fev de 2018.

PIVA, D. J. PUPO, R. GAMEZ, L. OLIVEIRA, S. **EAD na Prática: Planejamento, métodos e ambientes de educação online.** São Paulo: Elsevier, 2011.

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 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**, 2^a 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: Tendências e Inovações

Ementa: Conceitos básicos de Ciência, Tecnologia e Inovação. Ferramentas de prospecção tecnológica. Tendências demográficas, sociais e de gênero. Tendências globais, políticas e econômicas. Tendências tecnológicas. Tendências ambientais. Tendências em mobilidade. Inovação e o papel do Estado, instrumentos de regulação e políticas públicas.

Competências e Habilidades:

- Compreender os principais conceitos em Ciência, Tecnologia e Inovação;
- Utilizar as ferramentas de prospecção tecnológica;
- Mapear as tendências da atualidade e dos próximos 20 anos;

- Propor inovações a partir do mapeamento de tendências;
- Compreender o papel estatal por meio de regulação e políticas públicas para fomentar a inovação.

Conteúdo Programático 1: Conceitos em CT&I e ferramentas de prospecção tecnológica.

Conteúdo Programático 2: Tendências em comportamento humano.

Conteúdo Programático 3: Tendências em aplicações tecnológicas.

Conteúdo Programático 4: O papel do Estado no fomento da inovação.

Bibliografia básica

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

RASQUILHA, L. **Coolhunting e pesquisa de tendências**: observar, identificar e mapear as tendências e mentalidades emergentes do consumidor. 1. ed. São Paulo: Actual Editora, 2015.

SALERNO, M. S.; GOMES, L. A. V. **Gestão da inovação (mais) radical**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

SCHERER, F. O.; CARLOMAGNO, M. S. **Gestão da inovação na prática**: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

Bibliografia complementar:

BURGELMAN, R. A.; CHRISTENSEN, C. M.; WHEELWRIGHT, S. C. **Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: conceitos e soluções**. 5. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

CREDIDIO, G. S.; PEDROSO, M. C. Modelo de Negócios Air-to-Cash: o estudo de caso da Brasil Ozônio. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 13, n. 2, p. 15–39, 2019. Disponível em: <<http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/download/1249/pdf>>.

EL HEDHLI, K.; ZOURRIG, H.; BECHEUR, I. Celebrity endorsements: Investigating the interactive effects of internalization, identification and product type on consumers'

attitudes and intentions. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 58, 1 jan. 2021. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920312686>>.

MORRIS, R. **Fundamentos de design de produto**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

TIWARI, A. A.; CHAKRABORTY, A.; MAITY, M. Technology product coolness and its implication for brand love. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 58, p. 102258, 1 jan. 2021. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698920312662>>.

Disciplina: Inovação Tecnológica e Meio Ambiente

Ementa: Introdução a Gestão Ambiental. Estudo de estratégias de Valoração Ambiental. Análise das Políticas Ambientais. Estudo de Energias Renováveis para a sustentabilidade. Compreensão da importância do Saneamento Ambiental e Mudanças Climáticas. Entendimento da relação entre a Energia, meio ambiente e Sustentabilidade.

Competências e Habilidades:

- Compreender a necessidade de aumentar o conhecimento e a conscientização sobre a gestão ambiental;
- Conhecer e ser capaz de identificar estratégias de gestão ambiental que promovam tecnologias limpas, bem como seus métodos de implementação.
- Estabelecer valores e atitudes positivas na resolução de problemas relacionados ao meio ambiente, além de total responsabilidade ética e profissionalismo;
- Compreender situações e meios de resolução problemas por meio da capacidade de análise;
- Gerir a informação e desenvolver o autoconhecimento, fomentando a atitude de desenvolver e melhorar os seus conhecimentos através da aprendizagem ao longo da vida.

Conteúdo Programático 1: Gestão ambiental e sustentabilidade.

Conteúdo Programático 2: Políticas públicas e acordos ambientais internacionais.

Conteúdo Programático 3: Mudanças climáticas e energias limpas.

Conteúdo Programático 4: Inovações tecnológicas ambientais na prática.

Bibliografia básica:

AKABANE, G. K.; POZO, H. **Inovação, tecnologia e sustentabilidade**: histórico, conceitos e aplicações. São Paulo: Editora Érica, 2020

CURI, D. **Gestão ambiental**. E-pub: Pearson Prentice Hall: 2012. 166p. ISBN 9788564574144

HEINRICHS, Harald; MARTENS, Pim; WIEK, Arnim. **Sustainability science**. Springer, Dordrecht, 2016.

MAY, P. H. **Economia do meio ambiente**: teoria e prática. 3ªed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

Bibliografia complementar

ALMEIDA, J. R. de. **Gestão ambiental para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Thex, 2009. 566p.

BARBOSA, G. S. O Desafio do desenvolvimento sustentável. **Visões**, v. 4, n. 4, p. 63–72, 2008.

BOROWY, I. Sustainable development in brundtland and beyond: how (not) to reconcile material wealth, environmental limits and just distribution. In: Vaz, E., Joanaz de Melo, C., Costa Pinto, L. (eds) **Environmental History in the Making**. Environmental History, vol 6. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-41085-2_6

GOLDEMBERG, J.; LUCON, O. **Energia, meio ambiente e desenvolvimento**. São Paulo: 2008.

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 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: Design de produto

Ementa: Abordagem dos conceitos de *consumer centric design*, cocriação e *user experience* que são fundamentais em qualquer desenvolvimento de produto. Conceituação dos princípios do estilo, incluindo percepção visual de produtos, percepção do estilo, fatores sociais, culturais e comerciais. Fundamentação dos princípios da criatividade, da importância da criatividade, inspiração inicial, etapas da criatividade e brainstorming/brainwriting. Apresentação da metodologia para desenvolvimento de produtos e gestão de projetos: métodos tipo funil ou cascata (*water fall*). Elaboração de projeto conceitual, da concepção do estilo, análise das funções do produto, do ciclo de vida, de valores e estudo do processo do projeto conceitual. Abordagem sobre lançamento de produtos e propriedade intelectual.

Competências e Habilidades:

- Dominar as principais ferramentas do design de produto;

- Criar e conceituar novos produtos;
- Elaborar projetos conceituais de novos produtos.

Conteúdo Programático 1: Conceitos de *consumer centric design*, cocriação e *user experience*. Princípios do estilo: percepção visual de produtos, percepção do estilo, fatores sociais, culturais e comerciais. Princípios da criatividade: a importância da criatividade, inspiração inicial, etapas da criatividade e brainstorming/brainwriting.

Conteúdo Programático 2: Metodologia para desenvolvimento de produtos e gestão de projetos: métodos tipo funil ou cascata (*water fall*).

Conteúdo Programático 3: Projeto conceitual: o processo do projeto conceitual, concepção do estilo, análise das funções do produto, análise do ciclo de vida, análise de valores.

Conteúdo Programático 4: Lançamento de produtos e propriedade intelectual.

Bibliografia básica:

BAXTER, M. **Projeto de produtos: guia prático para o design de novos produtos**. 3.ed. São Paulo: Blucher, 2011.

BURDEK, B. E. **Design: história, teoria e prática do design de produto**. 2.ed. São Paulo: Blucher, 2018.

HSUAN-NA, Tai. **Design Conceitos e Métodos**. 1.ed. digital. São Paulo: Blucher, 2017.

Bibliografia complementar:

CARVALHO, M. A. **Inovação em produtos**. Blucher, 1.ed. São Paulo: Blucher, 2010.

CRAWFORD, M.; BENEDETTO, A. **Gestão de Novos Produtos**. Tradução: Beth Honorato; Revisão Técnica: Altair F. Klippel. 11.ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

MORRIS, R. **Fundamentos de design de produto**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

VELA, J. C. **Design do produto: as concepções de formação pela perspectiva de seus docentes**. 1.ed. São Paulo: Blucher, 2010.

Disciplina: Propriedade intelectual e aspectos de patentes

Ementa: A disciplina apresenta as diferentes formas de Propriedade Intelectual, com destaque para Propriedade Industrial e Patentes. No que tange à Propriedade Industrial, a disciplina elucida sobre o processo de desenvolvimento de novos produtos, incluindo características de diferentes tipos de inovação. Além disso, propõe as noções básicas sobre patentes, apresentando casos reais, que podem ser consultados no website do INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). Por fim, apresentam-se casos de produtos falsos e pirataria, incluindo discussões sobre plágio e os desafios das publicações científicas, patentes e segredos de negócio.

Competências e Habilidades:

- Examinar as diferentes formas de proteção disponíveis para a Propriedade Intelectual.
- Utilizar ferramentas de consulta às Propriedades Intelectuais.
- Conhecer a estrutura básica de uma patente.
- Compreender as etapas de desenvolvimento de novos produtos, analisando as propriedades industriais e patentes pré-existentes.
- Consultar as principais legislações pertinentes sobre as Propriedades intelectuais.

Conteúdo Programático 1: Propriedade Intelectual: Conceitos e classificações.

Compreensão das diferentes formas de propriedade intelectual: Variedade de plantas-cultivares; Circuito Integrado; Direito Autoral; Software; Propriedade Industrial; Desenho Industrial; Marca; Indicação Geográfica; Patente; Patente de invenção; Modelo de Utilidade.

Conteúdo Programático 2: Propriedade Intelectual no Projeto de Produtos.

A trajetória de uma invenção. Invenções e Descobertas. Tipos de inovação: Incremental, radical, *follow source*, e plataforma. Exemplos de Propriedade Industrial.

Conteúdo Programático 3: Busca de Patentes como forma de benchmarking.

Critérios de patenteabilidade. As patentes como fonte de informação tecnológica. Exemplos de patentes. Como consultar patentes no INPI.

Conteúdo Programático 4: Produtos falsificados e Propriedade Intelectual

Plágio: Um assunto complexo e desafiador. Proteger ou divulgar: Publicações científicas. Segredos de negócio. Produtos falsos, pirataria e legislação.

Bibliografia básica

AHLERT, I. B. CAMARA. Jr, E.G. **Patentes - Série Soluções Jurídicas**. São Paulo: Grupo GEN, 2019.

SILVEIRA, N. **Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, título de estabelecimento, abuso de patentes**. 6. ed. Barueri, SP: Editora Manole, 2018.

TROTT, P. **Gestão da Inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

Bibliografia complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – ABPI. **Resoluções da ABPI**. Disponível em < <https://abpi.org.br/resolucoes-da-abpi/>>. Acesso em dezembro/2021.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Patentes**. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br>>

ROMEIRO, E. *et al.* **Projeto do Produto**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

ROZENFELD, H. *et al.* **Gestão de Desenvolvimento de Produtos: Uma Referência Para Melhoria do Processo**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

Disciplina: Propriedade intelectual aplicada

Ementa: A disciplina apresenta tópicos introdutórios e avançados acerca das diferentes formas de Propriedade Intelectual, com ênfase na área de Propriedade Industrial, patentes e registro de software. Serão apresentados conceitos baseados tanto na legislação, nos normativos do INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) e em estudos de caso.

Competências e Habilidades:

- Entender as diferentes formas de proteção à Propriedade Intelectual e suas diferenças
- Consultar patentes existentes em bases públicas;
- Entender a estrutura de uma patente e identificar os requisitos legais envolvidos;
- Entender o processo de patenteamento de uma invenção.

Conteúdo Programático 1: Conceitos básicos de propriedade intelectual, tipos de ativos, valoração e gestão da propriedade intelectual.

Conteúdo Programático 2: Pesquisa em bases de dados de patentes, elementos constitutivos de uma patente.

Conteúdo Programático 3: A vida de uma patente: o processo do exame de patentes

Conteúdo Programático 4: O sistema PCT, legislação de propriedade intelectual e contrafação.

Bibliografia básica

BRASIL. **Lei de Direitos Autorais:** Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm>. Acesso em: 7 jul. 2022.

BRASIL. **Lei de Propriedade Industrial:** Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm>. Acesso em: 7 jul. 2022.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Manual Básico para Proteção por Patentes de Invenções, Modelos de Utilidade e Certificados de Adição.** 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/patentes/guia-basico/ManualdePatentes20210706.pdf>>. Acesso em: 7 jul. 2022.

SANTOS, W. (org) Coleção PROFNIT – **Conceitos e aplicações de propriedade intelectual.** Volume I. Salvador: IFBA (Instituto Federal da Bahia). 2018. Disponível em: <<https://profnit.org.br/wp-content/uploads/2021/08/PROFNIT-Serie-Conceitos-e-Aplicacoes-de-Propriedade-Intelectual-Volume-I.pdf>>. Acesso em: 7 jul. 2022.

SANTOS, W. (org) Coleção PROFNIT – **Conceitos e aplicações de propriedade intelectual**. Volume I. Salvador: IFBA (Instituto Federal da Bahia). 2019. Disponível em: <https://profnit.org.br/wp-content/uploads/2021/08/PROFNIT-Serie-Conceitos-e-Aplicacoes-de-Propriedade-Intelectual-Volume-II-PDF_compressed-1.pdf>. Acesso em: 7 jul. 2022.

Bibliografia complementar

DUARTE, Melissa de F.; BRAGA, Prestes C. **Propriedade intelectual**. Porto Alegre: Grupo A, 2018. 9788595023239.

FREY, I. A.; TONHOLO, J.; QUINTELLA, C. M. Coleção PROFNIT – **Conceitos e aplicações de transferência de tecnologia**. Volume I Salvador: IFBA (Instituto Federal da Bahia). 2019. Disponível em: <<https://profnit.org.br/wp-content/uploads/2019/10/PROFNIT-Serie-Transferencia-de-Tecnologia-Volume-I-WEB-2.pdf>>. Acesso em: 7 jul. 2022.

MOLINARO, C.A.; RUARO, R.L. Propriedade Intelectual e Sociedade da Informação (perspectivas internacionais e tecnológicas em economia da informação). **Economic Analysis of Law Review**, Brasília, v. 9, n. 2, p. 338-371, May 2018.

Disciplina: Direito autoral: contrato-limitações e proteção jurídica

Ementa: Conhecer e compreender os fundamentos éticos e jurídicos, os conceitos e as limitações que permeiam o Direito autoral. Assim, diante o arcabouço apresentado acerca do Direito Autoral, a disciplina aplicará os conceitos na prática contratual.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Direito Autoral – Proteção

Conteúdo Programático 2: Aspectos legais dos Direitos Autorais

Conteúdo Programático 3: licença e cessão

Conteúdo Programático 4: Contrato e sua elaboração

Bibliografia:

BRASIL. Lei nº9.610 de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm>. Acesso em: 5 out. 2017.

GANDELMAN, Henrique. De Gutenberg à Internet – direitos autorais na era digital. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 007.

GOMES, Fábio Bellote. Manual de Direito Empresarial. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012.

MESQUITA, Rodrigo de Assis. Manual Prático de Direitos Autorais. Copyright c. São Paulo: Grifonegro, 2016.

Bibliografia Complementar:

MENEZES, Elisangela Dias. Curso de Direito Autoral. São Paulo: Del Rey, 2007.

SANTOS, Manoel J. Pereira dos; JABUR, Wilson Pinheiro; ASCENSÃO, José de Oliveira. Direito Autoral – Propriedade Intelectual. São Paulo: Saraiva, 2014.

Disciplina: Gestão Estratégica da Marca e Percepção Digital

Ementa:

- Fundamentos da Gestão Estratégica de Marcas; Percepção Digital de Marcas; Estratégias de Marketing Digital para Gestão de Marcas; Adaptação e Inovação Digital na Gestão de Marcas.

Competências e Habilidades:

- Proporcionar aos estudantes uma compreensão aprofundada sobre a gestão estratégica de marcas no contexto digital, abordando os principais conceitos, técnicas e estratégias para construir e fortalecer a percepção digital das marcas.

Conteúdo Programático:

- **Conteúdo 01:** Fundamentos da Gestão Estratégica de Marcas.
 - Conceitos e definições de marca;
 - Propósito, valores e identidade de marca;
 - Estratégias de posicionamento de marca.
- **Conteúdo 02:** Percepção Digital de Marcas.

- A importância da percepção digital no ambiente de negócios;
 - Análise da percepção digital: monitoramento e métricas;
 - Construção de experiências digitais de marca.
- **Conteúdo 03:** Estratégias de Marketing Digital para Gestão de Marcas.
 - Conteúdo e storytelling digital;
 - Presença e engajamento nas redes sociais;
 - Personalização e segmentação na comunicação digital.
 - **Conteúdo 04:** Adaptação e Inovação Digital na Gestão de Marcas.
 - Tendências tecnológicas e impacto na gestão de marcas;
 - Estratégias de branding em dispositivos móveis;
 - Transformação digital e cultura organizacional.

Bibliografia Básica:

CASAS, A. L. L. **Marketing Digital**. Grupo GEN, 2021.

CHAFFEY, D., SMITH, P. R. **Marketing Digital**: Estratégia, Implementação e Prática. 6ª ed. Pearson Education Brasil, 2017.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

KOTLER, P. KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14ª ed. Pearson Education Brasil, 2012.

MARQUES, V. **Marketing Digital 360**. Grupo Almedina (Portugal), 2018.

ROCHA, M. D. A.; OLIVEIRA, S. L. I. **Gestão estratégica de marcas** (Coleção Marketing em Tempos Modernos). Saraiva, 2017.

SERRALVO, F. A. **Gestão de Marcas no Contexto Brasileiro**. Saraiva, 2012.

TURCHI, S. R. **Estratégia de Marketing Digital e E-Commerce**. 2ª ed. Grupo GEN, 2018.

Bibliografia Complementar:

AAKER, D. A. **Relevância de Marca**. Grupo A, 2011.

ARRUDA, R. **Comunicação Inteligente Storytelling**. Alta Books, 2019.

ASSAD, N. **Marketing de Conteúdo**. Grupo GEN, 2016.

KAPFERER, J. N. **As marcas, capital da empresa**: criar e desenvolver marcas fortes. Tradução de Arnaldo Ryngeblum. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

KELLER, K. L. **Strategic Brand Management**: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Education. 2013.

MAX, F. **Storytelling e suas aplicações no mundo dos negócios**. Grupo GEN, 2015.

MORAIS, L. F. M. **Transformação digital**: como a inovação digital pode ajudar no seu negócio para os próximos anos. Saraiva, 2020.

RIES, A.; TROUT, J. **Posicionamento**: a batalha pela sua mente. Pioneira. 2005.

12. 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 bit 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.

