



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Pós-Graduação *Lato Sensu*

Design thinking e criatividade nas organizações

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	6
8.	Metodologia de Ensino e Aprendizagem	6
9.	Estágio Não Obrigatório	9
10.	Matriz Curricular	10
11.	Carga Horária	11
12.	Conteúdo programático	11
13.	Infraestrutura Física e Pedagógica	26

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Design thinking e criatividade nas organizações

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: Negócios, administração e direito

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

Portadores de diploma superior (bacharel ou tecnólogo) de qualquer área que tenham como objetivo a busca por soluções de problemas

organizacionais desenvolvendo projetos baseados em soluções criativas e novas perspectivas do pensamento crítico.

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

O Atual cenário empresarial considerado em uma perspectiva de concorrência global, demanda por soluções criativas e inovadoras. Em especial por conta dos avanços produtivos decorrentes da automação dos processos, da adoção da telemática e do emprego de tecnologias digitais, tem-se a necessidade de estratégias de inovação como diferencial. Este contexto coloca em xeque os modelos tradicionais de análise, planejamento e solução de problemas, notadamente rígidos e estáticos.

Compreende-se que os problemas e desafios enfrentados pelas empresas atuais, em qualquer setor de atuação, são por sua natureza complexos e tem-se como resultado a demanda crescente por profissionais que sejam capazes de projetar soluções estruturadas a partir de princípios de colaboração e foco no usuário, que sejam economicamente viáveis e adaptáveis a um cenário em mudança.

Mais do que uma disciplina específica, o design thinking se apresenta como um modo de pensar a abordagem prática voltada para a solução de problemas complexos, baseado em uma abordagem centrada nas pessoas, que se inicia pela compreensão das necessidades e dores do usuário final. Incorporando as dimensões práticas do design que consideram que todo projeto possui uma dimensão conceitual/estratégica e prática/produtiva.

Munido desta perspectiva mental de soluções de problemas de modo criativo o profissional resultante está em alta demanda em todas as áreas, independentemente de sua formação. O presente curso que aqui se desenha visa formar tal profissional.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

- Formar profissionais com domínio metodológico do design thinking capazes de gerenciar o desenvolvimento e implantação de projetos criativos com foco em soluções inovadoras.

6.2. Objetivos Específicos

- Capacitar o aluno a analisar a Inovação e multidimensionalidade da Economia Criativa.
- Fornecer ao discente domínio sobre metodologias ágeis e sua aplicação.
- Habilitar o aluno para que este possa facilitar dinâmicas e conduzir atividades de cocriação com times multidisciplinares.
- Formar profissionais capazes de aplicar processos e métodos que suportam a adoção de ferramentas digitais nas mais diversas áreas empresariais
- Instrumentalizar profissionais a terem uma visão abrangente sobre as diversas estratégias de marketing digital e e-commerce.
- Fomentar a capacidade de articular as dimensões teóricas e conceituais com a prática da inovação.

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

- Comunicar-se com clareza e assertividade oralmente e por escrito.
- Gerenciar e liderar equipes criativas, de modo a tornar os processos mais eficientes e efetivos.
- Dominar os principais métodos ágeis e suas aplicações de forma a colocá-los em prática.
- Obter visão crítica acerca das similaridades e diferenças entre a atuação do Product Owner e o Gerente de Fluxo de Valor.
- Analisar de forma crítica os diversos tipos de ferramentas digitais que uma empresa pode fazer uso.
- Aplicar conceitos de inovação em processo gerenciais das organizações.

Habilidades

- Apresentar estratégias de relacionamento no e-commerce
- Compreender os processos de liderança e gestão.
- Ter visão crítica sobre a aplicação do design thinking.
- Gerenciar um processo de Design Sprint.

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 júbilamento 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 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.

1. 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.

2. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0 h	0 h	0 h
Introdução às metodologias ágeis	0 h	40 h	40 h
Economia criativa	0 h	40 h	40 h
Gestão minimalista: métodos ágeis, design e Lean Thinking	0 h	40 h	40 h

Dinâmicas de inovação	0 h	40 h	40 h
Análise e modelagem de negócios (BABOK/Product Owner)	0 h	40 h	40 h
Gestão da inovação	0 h	40 h	40 h
Ferramentas digitais de estratégias organizacionais	0 h	40 h	40 h
Evolução do ambiente virtual nos negócios	0 h	40 h	40 h
Gestão de Carreira	0 h	40 h	40 h

3. Carga Horária

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

4. 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.

Competências e Habilidades:

- Identificar as características do aluno da modalidade de educação a distância;
- Utilizar ferramentas tecnológicas de apoio a pesquisa;
- Comunicar-se com clareza e assertividade oralmente e por escrito;
- Gerenciar tempo e atividades de estudo.

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 básica:

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.

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

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

Bibliografia Complementar:

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.

MAIA, Carmen; MATTAR, João. **ABC da EaD: a educação a distância hoje**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

MOORE, Michael G., **Educação a distância: sistemas de aprendizagem on-line**. 3. ed., São Paulo: Cengage Learning, 2013.

Disciplina: Introdução às Metodologias Ágeis

Ementa: Visão geral do Métodos Ágeis e sua origem no Manifesto Ágil. Revisão dos princípios comuns aos três principais métodos: Scrum, XP e Lean. *Trade off* entre agilidade e disciplina. Aplicação do kanban com forma de controle de projetos. Gestão de pessoas e considerações sobre o *Change Management*.

Competências e habilidades:

- Conhecer os princípios dos Métodos Ágeis e suas aplicações.
- Saber as vantagens e desvantagens de cada Método Ágil.
- Entender o papel crítico desempenhado pelas pessoas envolvidas.
- Perceber as principais dificuldades na gestão da mudança.

Conteúdo Programático 1: Origens dos Métodos Ágeis: Manifesto Ágil.

Conteúdo Programático 2: Scrum, XP e Lean: Princípios comuns.

Conteúdo Programático 3: Análise Comparativa entre os métodos ágeis.

Conteúdo Programático 4: Balanceando Agilidade e Disciplina.

Conteúdo Programático 5: Kanban aplicado aos Métodos Ágeis.

Conteúdo Programático 6: Pessoas: Empoderamento e Energização.

Conteúdo Programático 7: Gestão da Mudança.

Bibliografia:

ABRAHAMSSON, Pekka et al. New directions on agile methods: a comparative analysis. In: **Software Engineering, 2003. Proceedings. 25th International Conference on**. Ieee, 2003. p. 244-254.

AHMAD, Muhammad Ovais; MARKKULA, Jouni; OIVO, Markku. Kanban in software development: A systematic literature review. In: **Software Engineering and Advanced Applications (SEAA), 2013 39th EUROMICRO Conference on**. IEEE, 2013. p. 9-16.

BECK, Kent et al. **The agile manifesto**. 2001.

BOEHM, Barry; TURNER, Richard. Management challenges to implementing agile processes in traditional development organizations. **IEEE software**, v. 22, n. 5, p. 30-39, 2005.

BOEHM, Barry. Get ready for agile methods, with care. **Computer**, v. 35, n. 1, p. 64-69, 2002.

BOEG, Jesper. **Kanban em 10 passos**. Tradução de Leonardo Campos, Marcelo Costa, Lúcio Camilo, Rafael Buzon, Paulo Rebelo, Eric Fer, Ivo La Puma, Leonardo Galvão, Thiago Vespa, Manoel Pimentel e Daniel Wildt. C4Media, 2010.

STELLMAN, Andrew; GREENE, Jennifer. **Learning agile: Understanding scrum, XP, lean, and kanban**. O'Reilly Media, Inc., 2014.

Disciplina: Economia criativa.

Ementa: Compreensão do conceito da Economia criativa e o contexto da Cidade Criativa. Analisar a Inovação e a multidimensionalidade da Economia Criativa. Estudar as Indústrias Criativas, bem como, as disrupturas, tecnologia e inovação. Compreender a Cultura Empreendedora e o Ecossistema Empreendedor, assim como, os tipos de empreendedorismo e a relevância do empreendedorismo social. Estudar as *startups*, liderança exponencial e as noções para desenvolvimento de um Plano de Negócio.

Competências e Habilidades:

- Compreender o contexto e o âmbito de aplicação acerca da economia criativa;
- Identificar e desenvolver projetos dedicados ao espaço urbano;
- Gerenciar o desenvolvimento e a implantação de projetos criativos;
- Incorporar habilidades relacionadas a liderança e gestão.

Conteúdo Programático 1: Conceito e contexto da Economia Criativa. A Inovação e a multidimensionalidade da Economia Criativa.

Conteúdo Programático 2: As Cidades Criativas. O contexto das Indústrias Criativas – disrupturas, tecnologia e inovação.

Conteúdo Programático 3: A Cultura Empreendedora e o Ecossistema Empreendedor. Os tipos de empreendedorismo e a relevância do empreendedorismo social.

Conteúdo Programático 4: As *startups* e a liderança exponencial. Noções para desenvolvimento de um Plano de Negócio.

Bibliografia Básica:

BESSANT, John. **Inovação e empreendedorismo**. Tradução: Francisco Araújo da Costa. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: Teoria, processo e prática**. 6ª. Ed. Barueri/SP. Atlas, 2022.

LOPES, O. **Economia Criativa: Um Conceito em construção**. Vitória. 1ª Ed. E-book Kindle, 2019.

PACHECO, A. P. C. **A Economia Criativa No Brasil**. São Paulo. 1ª Ed. Clube de Autores, 2019.

TAJRA, S.; RIBEIRO, J. **Inovação na Prática**. Rio de Janeiro. 1ª Ed. Editora Alta Books, 2020.

Bibliografia Complementar:

ALMEIDA, P. S. **Indústria 4.0: Princípios básicos, aplicabilidade e implantação na área industrial**. São Paulo. 1ª Ed. Érica, 2019.

BIZZOTTO, C.E.N. **Plano de negócios para empreendimentos inovadores**. São Paulo. 1ª Ed. Grupo GEN, 2008.

FREDER, J. **Gestão da inovação**. Tradução: Félix Nonnenmacher. Porto Alegre. 5ª.ed. Bookman, 2015.

MAÇÃES, M.A.R. **Empreendedorismo, Inovação e Mudança Organizacional** 3ª Ed. Lisboa. Grupo Almedina (Portugal), 2017.

OLIVEIRA, V. **Economia Criativa 4.0: O mundo não gira ao contrário**. 1ª Ed. Tradução: Valdecir Becker. João Pessoa. E-book Kindle, 2020.

TAJRA, S. F. **Empreendedorismo: conceitos e práticas inovadoras**. São Paulo. 2. ed. Érica, 2019.

Disciplina: Gestão minimalista: Métodos Ágeis, Design e Lean Thinking

Ementa: Compreensão da relevância e aplicação da gestão minimalista, através das abordagens de Design Thinking, Lean Thinking e Métodos Ágeis.

Competências e Habilidades:

- Compreender a importância de novas abordagens dentro do contexto empresarial;
- Conhecer as principais metodologias relativas a gestão minimalista;
- Aplicar as metodologias de forma apropriada em sua realidade profissional;
- Saber tomar decisões em relação as escolhas das melhores técnicas e instrumentos de gestão.

Conteúdo Programático:

Conteúdo Programático 1: O que é gestão minimalista.

Conteúdo Programático 2: *Design Thinking*.

Conteúdo Programático 3: Lean Thinking.

Conteúdo Programático 4: Métodos Ágeis.

Bibliografia básica:

AMARAL, D. C.; CONFORTO, E. C.; BENASSI, J. L. G.; ARAUJO, C. **Gerenciamento ágil de projetos: aplicação em produtos inovadores.** São Paulo: Saraiva, 2011.

BROWN, TIM. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.** Campos, 2010.

MALONE, MICHAEL S.; ISMAIL, SALIM; VAN GEEST, YURI. **Organizações exponenciais: Por que elas são 10 vezes melhores, mais rápidas e mais baratas que a sua (e o que fazer a respeito).** Alta Books; 1ª edição, 2019.

MCKEOWN, GREG. **Essencialismo: A disciplinada busca por menos.** Editora Sextante; 1ª edição, 2015.

RIES, ERIC. **A startup enxuta: Como usar a inovação contínua para criar negócios radicalmente bem-sucedidos.** Editora Sextante; 1ª edição, 2019.

Bibliografia complementar:

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Design Thinking: S.M. ação ou prática de pensar o design.** Porto Alegre: Bookman, 2011.

CAROLI, PAULO. **Lean Inception: Como Alinhar Pessoas e Construir o Produto Certo.** Editora Caroli; 1ª edição, 2019.

DWECK, CAROL S. **Mindset: A nova psicologia do sucesso**. Objetiva; 1ª edição, 2017.

MELO, A.; ABELHEIRA, R. **Design Thinking & Thinking Design - Metodologia, Ferramentas e Uma Reflexão Sobre o Tema**. São Paulo: Novatec, 2015.

ROCHA, RODRIGO FERREIRA DA. **Sem. Sistema de Estratégia Minimalista**. HSM, 2018.

SUTHERLAND, J. **Scrum: A arte de fazer o trabalho na metade do tempo**. São Paulo: Casa da palavra, 2016.

Disciplina: Dinâmicas de inovação

Ementa: Facilitar dinâmicas e conduzir atividades de cocriação com times multidisciplinares, colaboração, experimentação, promover a melhoria contínua, Design Sprint, Design Thinking.

Competências e Habilidades:

- Aprender como estruturar uma dinâmica;
- Aprender como facilitar dinâmicas em grupo;
- Entender os benefícios de compartilhar conhecimento em grupo;
- Aprender as dinâmicas do Design Sprint;
- Aprender as dinâmicas do Design Thinking;
- Entender quais dinâmicas podem ser usadas para determinados cenários do desenvolvimento de um produto.

Conteúdo Programático 1: Boas práticas e papéis para facilitação de dinâmicas.

Conteúdo Programático 2: Como estruturar uma dinâmica.

Conteúdo Programático 3: Tipos de dinâmicas.

Conteúdo Programático 4: Design Thinking e Design Sprint.

Bibliografia Básica:

- BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. 1. ed. Rio de Janeiro-RJ: Alta Books, 2017.

- KNAPP, Jake; ZERATSKY, John; KOWITZ, Braden; GOTTLIEB, Andrea. **Sprint**. O Método Usado no Google Para Testar e Aplicar Novas Ideias em Apenas Cinco Dias. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2019.
- CHIARA, Andressa. **O Produto Ágil: Testando Hipóteses**: Um guia sucinto para (in)validar produtos em um ambiente de agilidade. 1. ed., e-book, 2018.

Bibliografia Complementar:

- CAROLI, Paulo. **Lean Inception**: Como Alinhar Pessoas e Construir o Produto Certo. 1. ed. Porto Alegre-RS: Editora Caroli, 2018.

Disciplina: Análise e Modelagem de Negócios (BABOK/Product Owner)

Ementa: Modelos da Análise de Negócios. Diferentes perspectivas na análise de negócios. Prototipagem rápida de negócios. Lean Startup. Modelo do BABOK e a função de Product Owner. Product Owner versus Gerente de Fluxo de Valor. Principais etapas do BABOK.

Competências e Habilidades:

- Conhecer a estrutura da Análise de Negócios segundo proposto no Guia BABOK.
- Discutir a implementação do BABOK e o Product Owner.
- Entender a similaridades e diferenças entre o Product Owner e o Gerente de Fluxo de Valor.
- Realizar abstrações e análises sistêmicas na implementação do BABOK.

Conteúdo Programático 1: Análise de Negócios e Processos.

Conteúdo Programático 2: BABOK *Framework*.

Conteúdo Programático 3: *Agile Product Owner versus* Gerente de Fluxo de Valor.

Conteúdo Programático 4: Análise de Requisitos e Desenho da Solução.

Conteúdo Programático 5: Avaliação da Solução.

Conteúdo Programático 6: Elicitação de Requisitos: Boas Práticas e Dificuldades.

Conteúdo Programático 7: Estudo de Caso: BABOK.

Bibliografia Básica:

BRENNAN, Kevin et al. (Ed.). **A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge**. IIBA, 2009.

FRIED, Jason; HANSSON, David Heinemeier. **Reinvente sua empresa**: mude sua maneira de trabalhar. Sextante, 2012.

MAURYA, Ash. **Running lean**: iterate from plan A to a plan that works. O'Reilly Media, Inc., 2012.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation**: inovação em modelos de negócios. Alta Books Editora, 2013.

OSTERWALDER, Alexander et al. **Value proposition design**. Campus Verlag, 2015.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. São Paulo: Editora Leya, 2012.

Disciplina: Ferramentas Digitais de Estratégias Organizacionais

Ementa: Nessa disciplina abordaremos diversas ferramentas digitais utilizadas pelos melhores profissionais e empresas para desenvolver, implementar e acompanhar estratégias e processos dentro das mais diversas áreas empresariais.

Competências e Habilidades:

- Entender o que caracteriza uma ferramenta digital, quais os diferentes tipos e possibilidades de aplicação nos negócios;
- Aplicar processos e métodos que suportam a adoção de ferramentas digitais nas mais diversas áreas empresariais;

- Analisar de forma crítica os diversos tipos de ferramentas digitais que uma empresa pode fazer uso.

Conteúdo Programático 1: Conceitos básicos sobre ferramentas digitais; principais aplicações e condições de uso; Ferramentas digitais para identificação de problemas de mercado e dores dos clientes ou usuários. Métodos e processos relacionados ao *Design Thinking* e ao *Job to be done* que suportam a adoção de tais ferramentas.

Conteúdo Programático 2: Ferramentas digitais para planejamento e experimentação de soluções e prototipação. Métodos e processos relacionados à *Technology Roadmapping*, Marketing Digital, *Lean Startup* e Experimentação.

Conteúdo Programático 3: Ferramentas digitais para gerenciamento de projetos e gestão da produção. Métodos e processos relacionados à execução, controle e monitoramento de metodologias ágeis.

Conteúdo Programático 4: Ferramentas digitais para gerenciamento de pessoas e das finanças. Métodos e processos relacionados à gestão do capital humano e das competências e métodos e processos relacionados à avaliação da performance das pessoas. Métodos e processos relacionados à gestão financeira.

Bibliografia:

ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. Curso de administração financeira. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BALLOU, R. H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Planejamento, Organização e Logística Empresarial. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CHIAVENATO, I. Introdução à teoria geral da administração. 9. ed. Barueri: Manole, 2014.

KOTLER, P., KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012.

MAXIMIANO, A. C. A. Administração para empreendedores. 2. ed. São Paulo: Ed. Prentice Hall, 2010.

OLIVEIRA, D. P. R. Estratégia empresarial & vantagem competitiva: como estabelecer, implementar e avaliar. 9. ed. São Paulo, Atlas, 2014.

SORDI, J. O. de. Gestão por Processos uma Abordagem da Moderna Administração. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

Bibliografia complementar:

BOWERSOX, Donald J.; COOPER, M. Bixby; CLOSS, David J. Gestão Logística de Cadeias de Suprimentos. Bookman, 2013

BREADLEY, R. A.; MYERS, S. C.; ALLEN, F. Princípios de finanças corporativas. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

MINTZBERG, H. et al. O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

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

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: Evolução do ambiente virtual nos negócios

Ementa: *E-commerce*, conceitos e gestão, relacionamento e *supply chain* nas plataformas de *e-commerce*. Estratégias de marketing digital e mídias sociais. Relacionamento empresa cliente no ambiente virtual. Desafios para os profissionais da nova era.

Competências e Habilidades:

- Desenvolver uma visão abrangente sobre as diversas estratégias de marketing digital e *e-commerce*;
- Estruturar um *e-commerce* a partir do seu negócio;
- Apresentar estratégias de relacionamento no *e-commerce*;
- Demonstrar diferenças de atuação no ambiente virtual de negócios.

Conteúdo Programático 1: A (r)evolução trazida pela Internet e as bases para o *e-commerce*.

Conteúdo Programático 2: Relacionamento e *supply chain* no *e-commerce*.

Conteúdo Programático 3: Estratégias de marketing digital para ampliação de recomendações e captura de *leads*.

Conteúdo Programático 4: As mídias sociais e o relacionamento empresa-cliente.

Bibliografia Básica:

OLIVEIRA, B. **Crie seu mercado no mundo digital:** aprenda a viver de *e-commerce* com a estratégia que levou inúmeros negócios on-line a sair do zero e ultrapassar os R\$100 mil em vendas por mês. São Paulo: Editora Gente, 2018.

STEFANO, N.; ZATTAR, I. C **E-commerce:** conceitos, implementação e gestão. Curitiba-PR: Editora Intersaberes, 2015.

TURCHI, S. R. **Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce.** 2. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

Bibliografia Complementar:

BARGER, C. **O Estrategista Em Mídias Sociais**. São Paulo: Editora DVS, 2013.

CHAFFEY, D. **Gestão de e-Business e e-Commerce: Estratégia, Implementação e Prática**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2014.

OLIVEIRO, C. A. J.; DEGHI, G. J. **E-commerce: Princípios Para o Desenvolvimento e Gerenciamento de uma Loja Virtual**. São Paulo: Editora Saraiva, 2015.

QUEIROZ, D. **Como vender na internet do zero: Seus primeiros passos no e-commerce**. eBook Kindle 2018.

SAULLO, E. **E-Commerce de Sucesso: Como Criar E Desenvolver Lojas Virtuais Que Vendem**. 3. Ed. São Paulo: Editora Casa do Editor, 2016.

Disciplina: Gestão de Carreira

Ementa: Esta disciplina deve abordar os conhecimentos relacionados à Gestão de Carreira e as dimensões ligadas a evolução do trabalho no mundo contemporâneo. Mais especificamente trata dos seguintes temas: Área de atuação profissional. Papel do profissional no cenário atual e as implicações desse papel na formação profissional. Condições atuais do mercado de trabalho no Brasil e suas implicações. Estratégias de evolução de trabalho. Autoconhecimento. A carreira e suas fases de desenvolvimento. Planejamento de carreira e plano de ação para busca dos objetivos pessoais e profissionais.

Competências e Habilidades:

- Capacitar o estudante na gestão da sua própria carreira profissional, identificando objetivos de longo prazo (função que almeja) na sua trajetória profissional, bem como as competências e comportamentos necessários, para o alcance dos seus objetivos de carreira;
- Mostrar a importância de uma atitude protagonista para o sucesso na carreira;

- Habilitar o leitor (aluno de qualquer área do conhecimento) ao planejamento estratégico da sua carreira, visando obter as competências, habilidades e as atitudes necessárias ao desenvolvimento da sua carreira.

Conteúdo Programático 1: Contexto. Dados do mercado de trabalho no Brasil. Cultura Brasileira nas Organizações. Visão Internacional e Grandes Tendências. O futuro do trabalho. Carreira em T.

Conteúdo Programático 2: Identidade. Vocação, Paixões, Comportamentos, Talentos, Missão Profissional.

Conteúdo Programático 3: Desenvolvimento. Competências técnicas. Competências Comportamentais. Skills que o mercado exige. Sugestões Práticas de dilemas comuns.

Conteúdo Programático 4: Mostrar o Trabalho. Empregabilidade e Networking. Como crescer na carreira. Como utilizar a marca pessoal como recurso para vender o seu trabalho. Como utilizar as redes para propagar o que você faz.

Bibliografia Básica:

DUTRA, Joel Souza (Org.). **Gestão de carreira na empresa contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2010.

DUTRA, Joel Souza. **Administra o de Carreira**. São Paulo: Atlas, 2006.

MOGGI, Jair; BURKHARD, Daniel. **Assuma a dire o de sua carreira**. São Paulo: Negócios, 2003.

EPSTEIN, David. **Porque os generalistas vencem em um mundo de especialistas**. São Paulo: Globo Livros, 2020.

VELOSO, Elza Fátima Rosa. **Carreiras sem fronteiras e transi o profissional no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2012.

Bibliografia Complementar:

ASHER, Donald. **How to Get Any Job, Second Edition**: Career Launch and Re-Launch for Everyone Under 30 (or How to Avoid Living in Your Parents' Basement). Berkeley: Ten Speed Press, 2011.

BALASSIANO, Moisés; COSTA, Isabel de Sá A. **Gestão de carreiras**: dilemas e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2012.

BOLLES, Richard N. How to find your mission in life? Toronto: **Ten Speed Press**, 2001.

BOCK, Laszlo. **Um novo jeito de trabalhar**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

BUCKINGHAM, Marcus; CLINTON, Donald O. **Descubra seus pontos fortes**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

BURNETT, Bill; EVANS, Dave. **O Design da sua vida**. São Paulo: Rocco, 2017.

GALDINI, Danilca; MAGLIOCCA, Renata; ESTEVES, Sofia. **Carreira**: você está cuidando da sua? Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2011.

GUILLEBEAU, Chris. **Nasci Para Isso** - Como Encontrar O Trabalho Da Sua Vida. São Paulo: Companhia das letras, 2017.

IBARRA, Hermínia. **Identidade de carreira**: A experiência é a chave para reinventá-la. São Paulo: Gente, 2009.

MEYER, Erin. **A Regra é Não Ter Regras**: A Netflix e a Cultura da Reinvenção. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

LEPERE, Nicole. **How to do the work**. New York, 2021.

TEPERMAN, Joseph. **Anticarreira**: O Futuro do Trabalho, o Fim do Emprego e do Desemprego. São Paulo, 2019.

5. 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.

