

O curso de Especialização em **Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica** foi concebido com o objetivo de capacitar profissionais que dirigem e gerenciam funções críticas do processo de inovação. Esses profissionais atuam em organizações cujo valor se cria na capacidade de mobilizar conhecimento e competências tecnológicas para idealizar novos produtos, processos, serviços e negócios. O foco do curso é a interação das estratégias de inovação tecnológica, compreendendo sua dimensão externa, com a estratégia competitiva da organização e as oportunidades oferecidas pelo sistema de C&T&I brasileiro, bem como os conceitos, métodos e ferramentas para gerenciar o processo de inovação.

O curso é oferecido pelo Departamento de Política Científica e Tecnológica da UNICAMP, com a colaboração de quadros gerenciais de empresas que adotam práticas bem sucedidas e de professores de outras instituições.

Um aspecto marcante do curso é a visão de que a capacidade de inovar exige o desenvolvimento sistemático e articulado de competências e atividades que estão distribuídas entre distintas áreas da organização – P&D, marketing, operações, logística, RH, finanças, planejamento estratégico, sustentabilidade e gestão ambiental e novos negócios. Esse tema é tratado considerando o lado externo da inovação. A realidade competitiva atual tem colocado para as empresas a necessidade de gerenciar de maneira sistemática a inovação aberta, isto é, o recurso a parceiros externos de desenvolvimento tecnológico e inovação, sejam eles clientes, fornecedores, universidades, instituições de pesquisa ou órgãos governamentais. Outro elemento de importância crescente é a atenção das empresas para as mudanças recentes no ambiente institucional, monitorando especialmente os mecanismos, programas e fontes governamentais para o financiamento e alavancagem da inovação. Esse tema é visto no contexto de uma especial ênfase à gestão financeira de projetos e carteiras de P&D e inovação. Vale destacar a intensificação da internacionalização da P&D, que exige do gestor brasileiro e da sua organização competências para a inserção nas redes internacionais. Destaque-se que as organizações buscam na inovação tecnológica a resposta para as demandas crescentes da sociedade, das instituições reguladoras e da concorrência para que sua atuação seja ambiental e socialmente sustentável. Essas diversas dimensões da gestão da inovação apresentam desafios diferentes em distintos mercados e segmentos de negócios.

Nesse contexto, o curso oferece aos alunos conceitos e ferramentas para refletir e atuar sobre essas tendências e para o desenvolvimento e gerenciamento das competências multifuncionais na organização: inteligência competitiva; prospecção tecnológica; gerenciamento do portfólio de projetos tecnológicos e de novos produtos; aquisição e licenciamento de tecnologias; gerenciamento da cooperação com fornecedores, clientes e instituições de pesquisa; gerenciamento de projetos de desenvolvimento de tecnologias e de novos produtos; governança, estrutura e gestão de pessoas em organizações inovadoras; gerenciamento da inovação em serviços; gestão da propriedade intelectual; e avaliação do processo de inovação.

Objetivos do Curso

- Contribuir para desenvolver nas empresas dos participantes a cultura da inovação tecnológica como base da criação de valor.
- Oferecer aos participantes a oportunidade de capacitar em:
 - Desenho da estratégia de P&D e inovação; interação e alinhamento com a estratégia de negócio;
 - Conceitos e ferramentas de inteligência competitiva e tecnológica; técnicas de prospecção tecnológica;
 - Conceitos e técnicas de gestão de portfólio de projetos de P&D e inovação;
 - Conceitos e práticas de gerenciamento de projetos de inovação;
 - Práticas e metodologias de gerenciamento da inovação aberta: parceiras de cooperação em inovação tecnológica;
 - Gestão da inovação e do desenvolvimento de novos serviços;
 - Mudança organizacional e capacidades de gestão da inovação;
 - Liderança e gerenciamento de times de inovação;
 - Cultura de inovação;
 - Conceitos e ferramentas de valoração e gerenciamento financeiro de projetos de inovação tecnológica;
 - Conceitos e ferramentas para o gerenciamento da propriedade intelectual e da comercialização de novas tecnologias;
 - Gestão da inovação ambiental e socialmente sustentável;
 - Compreensão das particularidades do sistema de inovação brasileiro, suas instituições, políticas e atores.
- Entender como a CT&I interage com a sociedade, a economia e as organizações através de processos de inovação complexos, enfatizando a pertinência dos conceitos para a realidade vivida pelos participantes.



Público Alvo

- Profissionais que atuam em posições de direção ou gerenciamento do processo de inovação na empresa industrial ou de serviços, em especial nas áreas de P&D, Desenvolvimento de Produtos, Processos e Serviços, Desenvolvimento de Aplicações, Engenharia, Desenvolvimento de Novos Negócios, Planejamento Estratégico, Marketing, Operações, Logística e Qualidade.
- Gestores de instituições de pesquisa, públicas ou privadas, voltadas para a inovação tecnológica.
- Profissionais que atuam na formulação, implementação e avaliação de políticas públicas e programas de financiamento da inovação tecnológica.

Coordenação

Prof. Dr. Ruy Quadros



Bacharel em Administração pela EAESP/FGV, Mestre pela UNICAMP e Doutor em Economia do Desenvolvimento pela *University of Sussex* (Inglaterra). Atualmente é Professor Titular do Departamento de Política Científica e Tecnológica, do Instituto de Geociências, UNICAMP. É líder do Laboratório de Gestão da Tecnologia e Inovação, que se dedica à pesquisa, docência e consultoria em gestão da inovação e da tecnologia e suas implicações para a estratégia competitiva e o desempenho das empresas. Na pesquisa recente, tem enfatizado o estudo dos modelos e ferramentas de gestão da inovação adotados em empresas brasileiras, a organização da inovação e estratégias de P&D em subsidiárias brasileiras de empresas multinacionais (com ênfase no setor automotivo) e o desenvolvimento de indicadores de inovação. Pesquisador líder na Pesquisa de Indicadores de Capacidades em Gestão da Inovação, Pesquisa Primar, do CGEE. Atuou como consultor e formador na Vale, Petrobras, ThyssenKrupp, Eletrobras, CEPEL, Ourofino, International Paper, Renault e Unilever, além de organismos nacionais, como CGEE, MCT, Fapesp e Seade, e internacionais, como UNIDO, OCDE, CEPAL, INTECH e IDE/MITI. Artigos recentes publicados ou aceitos em *Journal of Technology Management & Innovation*, *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, *Technology Forecasting and Social Change*, *Research Evaluation*, *Technology Management*, *Revista de Administração Contemporânea* e *RAC-USP*, além de capítulos de livros publicados, no Brasil e no exterior.

Assistência à Coordenação

Heinar Oliveira - LabGeti/DPCT/IG/UNICAMP

Corpo Docente

André Amaral Araújo, Assessor da Presidência, FINEP
André Furtado, Professor Titular, DPCT/IG, UNICAMP
Bastiaan Philip Reydon, Professor Livre Docente, IE, UNICAMP
Carlos Américo Pacheco, Professor Doutor, Reitor ITA e Professor IE-UNICAMP
Carlos Henrique de Brito Cruz, Diretor Científico, FAPESP
Cláudio Pinhanez, Doutor, Gerente, IBM Research - Brazil
Cristina Maria Schuch, Doutora, Coordenadora de P&D, Rhodia
Denis Balanguer, Diretor em Strategy & Market Intelligence, Atech S/A
Eduardo Raupp de Vargas, Professor, COPPEAD, UFRJ
Fernanda Gabriela Borger, Doutora, FIPE e FIA/USP
Fernanda Piza, Doutora, Diretora de Inovação, EMS
Fernando Bertolucci, Gerente Geral de Tecnologia, Fibria
Gilson Paulo Manfio, Gerente de TI, BRF
Gilberto Sarfati, Professor Doutor, FGV/SP
José Maria F. J. da Silveira, Professor Assistente Doutor, IE, UNICAMP
Juliano Stefanovitz, Doutor, Diretor de desenvolvimento de produto, Whirlpool
Lauro Barata, Professor Livre Docente, IQ, UNICAMP
Leda Gitahy, Professora Doutora, DPCT/IG, UNICAMP
Leila Oliva, Diretora, Lukatus Corporate Learning & Solutions
Lúcia Helena Salgado, Técnica em Pesquisa e Planejamento, IPEA
Luciana Lenhari, Doutora, Analista de P&D Sênior, Samsung R&D Institute Brazil
Luciano Pedrote, Gerente de Inteligência de Tecnologias, Embraer
Luciene Lemes, Professora, Academia da Força Aérea Brasileira, AFAB
Maria Beatriz Bonacelli, Professora Livre Docente, DPCT/IG, UNICAMP
Maria Conceição Costa, Professora Livre Docente, DPCT/IG, UNICAMP
Marlise Margaritelli, Gerente de Excelência em Inovação, Rhodia
Moyisés Simantob, Diretor, Simantob Assessoria
Nilton Vargas, Doutor, Consultor, NEOLABOR e Poli/USP
Ricardo Remer, Diretor, REMER Consultores
Roberto Nicolsky, Diretor Geral, PROTEC
Roque Rabechini, Professor Doutor, Fundação Vanzolini e FIA/USP
Sandra Hollanda, Doutora, Pesquisadora, CNPEM / ABTLus
Sérgio Queiroz, Professor Livre Docente, DPCT/IG, UNICAMP
Sérgio Salles, Professor Titular, DPCT/IG, UNICAMP
Thomas Canova, Diretor de P&D, Rhodia
Victor Fernandes, Principal, IXL CENTER.
Vera Crósta, Diretora, VC Consultoria.

Dias e Horários das Aulas

Quinzenalmente Sextas-feiras, das 18:30 às 23:00
 Sábados, das 08:30 às 13:00

As aulas possuem duração de 4 horas cada, com um intervalo de 30 minutos entre a segunda e a terceira hora.



Período do Curso

As aulas iniciam-se em 28 de abril de 2017 e se encerram em 15 de dezembro de 2018. O curso possui carga horária de 364 horas e estima-se um prazo de 20 meses para a conclusão do programa.

Módulos do Curso

1) Economia da Ciência, da Tecnologia e da Inovação

Objetivos do módulo

Criar um entendimento conceitual comum entre os alunos sobre os significados da inovação tecnológica e suas implicações para as empresas e para a economia.

Tópicos a serem abordados

- Conceitos básicos para o entendimento do significado econômico da inovação tecnológica e de sua relação com a produção de C&T.
- Conceito de inovação tecnológica, tomando a abordagem *schumpeteriana* como referência.
- Impactos da inovação para o crescimento das empresas e da economia, com ênfase nos distintos padrões setoriais e nacionais de inovação.

2) Estratégia Competitiva e de Inovação

Objetivos do módulo

Fornecer aos participantes elementos que lhes permitam refletir sobre e trabalhar o planejamento tecnológico e o desenho da estratégia de inovação da empresa, em linha com sua estratégia corporativa e de negócios.

Tópicos a serem abordados

- Introdução da abordagem estratégica à gestão da inovação tecnológica.
- Conceitos e ferramentas utilizados no desenho de estratégias de inovação, em empresas cujas estratégias competitivas são ancoradas na inovação. Apresenta-se o *escopo* e os *vetores* das estratégias de inovação, além das bases e ferramentas para seu alinhamento à estratégia de negócios da empresa.
- Examinam-se os enfoques e limites do planejamento estratégico, com foco no Planejamento Estratégico de Tecnologia e Inovação e no mapeamento das características e capacidades tecnológicas da empresa.
- Introduz-se o modelo de processo de gestão estratégica da inovação.
- Exploração de técnicas de *technology roadmapping* para desenho da estratégia de inovação.



3) Inteligência Competitiva e Prospecção de Oportunidades Tecnológicas e de Mercado

Objetivos do módulo

Este módulo tem como objetivo fornecer aos alunos conhecimentos sobre conceitos e ferramentas da inteligência competitiva focada na análise dos cenários de negócios.

Será dada ênfase nas oportunidades tecnológicas e de mercado, no mapeamento das estratégias de concorrentes e na evolução do ambiente regulatório.

Tópicos a serem abordados

- Conceitos e práticas de prospecção voltadas para a inovação.
- Métodos e ferramentas - *forecasting*, *foresight*, e cenários.
- Rotinas e exercícios de identificação de tendências tecnológicas com base em análise de patentes.



4) Estrutura de Mercado e Concorrência

Objetivos do módulo

O módulo visa preparar o aluno para o tratamento posterior de temas fundamentais para o curso, como estratégia e gestão da inovação. Dois são os temas do módulo: a vinculação entre a estrutura da indústria, a conduta estratégica e a análise de seu desempenho. O outro tema, tratado de forma preliminar discute eficiência estratégica, principalmente no que se refere ao uso de recursos ociosos da firma e os processos de diversificação. Temas sobre regulação serão tratados com o objetivo de mostrar como a estrutura de mercado condiciona políticas regulatórias.

Neste módulo, a concorrência é vista em seus distintos níveis: entre firmas de um mesmo setor, entre firmas de distintas indústrias, mas principalmente em sua relação com a noção de estruturas de mercado. O módulo também introduz a discussão de novas formas de organização das firmas, para além da concorrência: cadeias, redes e formas híbridas de contratualização.

Tópicos a serem abordados

- Conceitos básicos: firma, indústria, mercado e concorrência.
- O paradigma estrutura-conduta-desempenho.
- Condições determinantes da estrutura: economias de escala; concentração industrial; diferenciação de produto; grau de diversificação e integração.
- Padrões de concorrência e formação de preços: grau de monopólio.
- Teoria das barreiras à entrada.
- Firmas e mercados em um contexto dinâmico: progresso técnico e concorrência; dinâmica das estruturas industriais; estratégias de crescimento da firma.
- Elementos institucionais: defesa da concorrência e regulação.



5) Gestão de Portfólio de Projetos de Inovação

Objetivos do módulo

O objetivo deste módulo é capacitar os alunos em conceitos e ferramentas utilizados na seleção e gestão estratégica de projetos de inovação, com ênfase nas técnicas de gerenciamento de portfólio de P&D.

Tópicos a serem abordados

- Estratégia competitiva e seleção de projetos de inovação: projetos de desenvolvimento de novos produtos, serviços, processos e tecnologias.
- Critérios e ferramentas de gerenciamento de portfólio de P&D: critérios de valor, alinhamento estratégico e balanceamento.
- Matrizes multicritérios.
- Portfólio de desenvolvimento de tecnologias.
- Exercícios de formulação e aplicação de critérios de gerenciamento de portfólio.

6) Gerenciamento e Avaliação de Projetos de Inovação Tecnológica

Objetivos do módulo

Oferecer aos alunos uma visão integrada dos conceitos e ferramentas atuais do gerenciamento de projetos de inovação.

Tópicos a serem abordados

- Conceitos e ferramentas de gerenciamento e alinhamento na gestão de projetos de P&D: *stage-gate* e funil de inovação.
- Geração e escolha de novos projetos: manutenção do *front-end* e ideação.
- Elementos de elaboração do *business-case*.
- Ferramentas atuais de gerenciamento de projetos: abordagem do *PMBOK*.

7) Liderança e Comportamento em Times de Inovação

Objetivos do módulo

Apresentar e discutir com os alunos os conceitos de gestão de projetos, no que se refere à organização das equipes de inovação, enfatizando os aspectos referentes à competência de liderança..



Tópicos a serem abordados

- Integração e comportamento de times de inovação em ambientes organizacionais.
- Liderança em times de inovação e constituição de lideranças.
- Competências nos times de inovação e competências do gerente de projetos.
- Formação de equipes.
- Avaliação do desempenho de equipes.

8) Instituições, Atores e Políticas de C&T&I no Brasil

Objetivos do módulo

O módulo tem por objetivo apresentar o conceito do Sistema Nacional de Inovação e fazer uma análise do desenvolvimento e consolidação das políticas de CT&I brasileiras.

Tópicos a serem abordados

- Conceito de Sistema Nacional de Inovação, destacando-se as dimensões nacionais, locais, regionais, setoriais etc., e seus aspectos organizacionais e de governança.
- Ênfase na utilidade destas dimensões para a definição de estratégias e políticas nacionais, regionais e setoriais.



- As melhores práticas de políticas no mundo a partir de comparações entre os países da OCDE.
- Análise das políticas de CT&I no Brasil, situando as empresas brasileiras nesse contexto.
- Análise da ciência, da pesquisa e da tecnologia feita por diferentes atores (universidades, empresas, instituições de pesquisa).
- Discussão dos problemas mais significativos de integração e coordenação do sistema nacional de C,T&I, considerando as diferentes perspectivas e estratégias envolvidas.

9) Gestão das Fontes Externas de Inovação e de Redes de Inovação

Objetivos do módulo

Capacitar os alunos no entendimento das formas e determinantes do crescimento da importância das fontes externas de inovação (ou redes de inovação) e da necessidade de gerenciá-las. Apresentação e discussão de metodologias e ferramentas de gerenciamento das fontes externas de inovação.

Tópicos a serem abordados

- Emergência de modelos abertos de inovação tecnológica e seus determinantes.
- Tipos mais importantes de relacionamento com fontes externas de inovação: co-desenvolvimento com fornecedores e clientes; parcerias tecnológicas com empresas e instituições de pesquisa.
- Modelo de gerenciamento de fontes externas de inovação tecnológica.
- Metodologia de identificação e qualificação de parceiros para colaboração tecnológica.
- A busca de oportunidades para fornecimento de produtos ou serviços em cadeias globais de inovação.



10) Meio-Ambiente e Inovação Tecnológica

Objetivos do módulo

Capacitar os participantes a lidar com os princípios do desenvolvimento sustentável na gestão dos processos inovativos.

Tópicos a serem abordados

- Contribuições da Ciência Econômica para a problemática ambiental e para as políticas ambientais.
- Dimensões regulatórias do meio ambiente: cobrança e mercados ambientais.
- Valor econômico dos recursos naturais.
- Técnicas de valoração ambiental.



- Sistemas de gestão ambiental sob a perspectiva da sustentabilidade: otimização de recursos, ciclo de vida de produtos, produção mais limpa.
- Estratégias empresariais frente aos princípios do desenvolvimento sustentável.
- Gestão da inovação sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável – Oportunidades baseadas na internalização da variável socioambiental pela empresa e impactos deste processo sobre as inovações tecnológicas

11) Inovação e Gestão da Inovação em Serviços

Objetivos do módulo

Fornecer aos alunos conceitos que lhes permitam compreender aspectos específicos da inovação em atividades de serviços, em comparação com a inovação na indústria de transformação. Serão tratadas, com especial ênfase, as abordagens existentes no emergente campo da gestão da inovação em serviços.

Tópicos a serem abordados

- A heterogeneidade dos setores de serviços.
- As abordagens à inovação em serviços: a escola francesa e a escola anglo-saxã.
- Fontes da inovação em serviços: inovação organizacional, conhecimento profissional e inovação tecnológica.
- Dinâmicas da inovação em diferentes setores de serviços.
- Gestão do desenvolvimento de novos serviços: aplicação e limites das rotinas e ferramentas desenvolvidas na indústria

12) Organização para Inovação: Gestão do Conhecimento e Aprendizagem Organizacional

Objetivos do módulo

Discutir as bases da organização que apoia processos efetivos de gestão da inovação. Discutir as principais abordagens sobre aprendizagem organizacional e gestão do conhecimento, sua aplicação na P&D e experiências em empresas brasileiras.

Tópicos a serem abordados

- Elementos conceituais sobre formas organizacionais efetivas para a inovação (relação entre organização e inovatividade).
- Organização, inovação tecnológica e aprendizado organizacional.
- Gestão do conhecimento em ambientes não-rotineiros: empresas de engenharia e atividades de P&D.



13) Fontes de Financiamento e Gestão Financeira da Inovação

Objetivos do módulo

Oferecer aos alunos conhecimento sobre as fontes existentes para financiamento preferencial da inovação tecnológica. Apresentar conceitos e ferramentas básicas para cálculo de valor em projetos de inovação tecnológica.

Tópicos a serem abordados

- Mecanismos, programas e fontes governamentais para o financiamento da inovação.
- Incentivos fiscais e fontes privadas: *venture capital*.
- Demonstrações financeiras e valoração de tecnologias numa perspectiva de comercialização.
- Gerenciamento financeiro de projetos de inovação: estimativa de valor de tecnologias e projetos tecnológicos.
- Análise do risco tecnológico.

14) Ciência, Tecnologia & Inovação, Globalização e Desenvolvimento

Objetivos do módulo

Fornecer subsídios para a compreensão dos contextos econômicos e sociais nos quais se concretizam as estratégias de inovação de países em desenvolvimento. Destacar as diferenças estruturais entre os grupos de países em desenvolvimento. Apontar a importância do ambiente institucional nas oportunidades de desenvolvimento desses países.

Tópicos a serem abordados

- A evolução do pensamento sobre CT&I e desenvolvimento.
- A abordagem cepalina.
- A abordagem neo-schumpeteriana.
- O papel das empresas multinacionais.
- Acordos internacionais e limitações ao desenvolvimento.



15) Estratégia de Inovação em Empresas Multinacionais (EMNs)

Objetivos do módulo

Fornecer ao aluno condições de avaliar e formular estratégias adotadas por subsidiárias de empresas multinacionais, com a finalidade de ampliar suas responsabilidades referentes ao desenvolvimento de inovações e à realização de atividades tecnológicas. O pressuposto é o de que, dentro de certos condicionantes estruturais (como o tamanho do mercado e a escala da



operação), mandatos de subsidiárias são resultantes da interação entre estratégias corporativas globais, iniciativas locais e acumulação de competências das subsidiárias.

Adota-se primordialmente a perspectiva da subsidiária, mas a questão é também de interesse para empresas locais que se constituem fornecedores de subsidiárias brasileiras.

Tópicos a serem abordados

- Discussão da integração das atividades tecnológicas de empresas multinacionais, a partir da perspectiva das suas subsidiárias.
- Transferência de tecnologias entre matriz e subsidiárias localizadas nos países em desenvolvimento, cuja dinâmica tende a ser bastante distinta se comparada à realidade das subsidiárias de empresas instaladas nos países desenvolvidos.
- Limites da internacionalização de atividades tecnológicas nos países em desenvolvimento.
- Casos reais de estratégias de inovação de subsidiárias de multinacionais instaladas no Brasil.

16) Marketing e Inovação Tecnológica

Objetivos do módulo

Capacitar os participantes para compreender os componentes que envolvem o processo criativo e os fatores pessoais e do ambiente que incentivam a criatividade e a geração de idéias. Além disso, o módulo se propõe a demonstrar o processo de comercialização de tecnologias, bem como o entendimento da influência da inovação nos processos de venda e marketing de tecnologias, produtos e serviços.

Tópicos a serem abordados

- Criatividade aplicada no contexto de negócios.
- IDEO e a descrição do processo CPS: *Creative Problem Solving*
- Tipificação de tecnologias e o processo de comercialização das mesmas.
- Valoração de tecnologias: aspectos qualitativos e modelos quantitativos.
- Inovação em serviços: alavancando o valor de produtos.
- Cadeia de valor da inovação na formação de produtos, serviços e novos negócios.

17) Atividade Inovativa e Gestão da Propriedade Intelectual

Objetivos do módulo

Oferecer aos alunos conhecimentos e ferramentas básicos para a gestão da propriedade intelectual, além de ressaltar seu papel no processo de inovação tecnológica da empresa.

Tópicos a serem abordados

- Conceitos gerais sobre o papel da apropriação do conhecimento na dinâmica da inovação tecnológica e na própria geração do conhecimento.
- Conceitos específicos sobre os campos de proteção à propriedade intelectual.
- Legislação brasileira.
- Agências de regulação da propriedade intelectual no Brasil.
- Questões atuais
- Gestão da propriedade intelectual e a perspectiva da empresa.



18) Empreendedorismo em Negócios de Base Tecnológica

Objetivos do módulo

Capacitar e instrumentalizar os alunos para participar em processos de criação de novos negócios de base tecnológica.

Tópicos a serem abordados

- Conceitos básicos sobre empreendedorismo em negócios de base tecnológica – conceitos, estatísticas, facilitadores, empecilhos, oportunidades de novos negócios.
- Cases de empreendedores.
- Como construir um plano de negócios.
- Empreendedorismo corporativo.



19) Cultura de Inovação

Objetivos do módulo

Fornecer instrumentos para que os alunos possam entender e melhor avaliar o papel da cultura gerencial e inovativa nas organizações; bem como fornecer um panorama sobre a sociedade de consumo contemporânea. O módulo também tem por objetivo proporcionar espaço para discussão e apropriação do significado e das diferentes formas de manifestação do capital humano nas organizações.

Tópicos a serem abordados

- Cultura: conceito antropológico e prática.
- Aspectos da cultura gerencial e inovativa brasileira e tendências da sua gestão e da sociedade contemporânea.
- Consumo: conceituação contemporânea e o papel das marcas nesse contexto.
- A relação produtor-consumidor e tendências futuras.
- O papel de uma pessoa na organização.
- Estratégias organizacionais e de competências.

- Papel da atividade de RH na gestão das competências que viabilizam a estratégia organizacional.
- Avaliação das condições organizacionais para inovação.

20) Inovação e Relação Universidade-Empresa

Objetivos do módulo

Abordar algumas das principais questões relacionadas aos modelos da relação entre universidade e empresa e a interação com a C&T&I. Incentivar a cultura para parcerias tecnológicas das partes como forma de agregar conhecimentos complementares, compartilhar recurso, minimizar riscos e gerar novos produtos e processos que possam ampliar a capacidade de inovação das empresas.

Tópicos a serem abordados

- Interação entre o setor público de pesquisa e o setor empresarial.
- Projetos de parceria e licenciamento de tecnologias, contribuição ao seu entendimento e operacionalização.
- Gestão e avaliação de parceria.

21) Monografia de Conclusão

O curso ainda prevê a apresentação e discussão de aspectos metodológicos, técnicas e atividades de orientação aos alunos para elaboração da monografia de conclusão do curso.

Metodologia

O curso se baseia em uma combinação de métodos complementares:

- Oficinas de trabalho e exercícios práticos.
- Aulas expositivas,
- Análise de casos envolvendo situações reais de empresas nacionais e internacionais.
- Palestras baseadas em casos de empresas apresentadas pelos profissionais responsáveis.
- Dinâmicas variadas de discussões em grupo.
- Apresentação de seminários pelos alunos.



Além disso, o curso conta com o ambiente de aprendizagem TELEDUC/Unicamp para comunicação horizontal e apoio às atividades individuais e coletivas dos participantes (com portal exclusivo).

Processo de Avaliação

Para obter a aprovação no curso, o aluno deverá:

- Ser aprovado em todos os módulos, sendo que a forma de avaliação de cada módulo será determinada pelo professor responsável (nota mínima para aprovação será 7,0 – numa escala de 0 a 10).
- Elaborar monografia ao final do curso com foco nas necessidades de aplicação em sua empresa.
- Ter frequência mínima de 75% em cada disciplina.

Diferencial do Programa

Concepção e Origem do Curso

O curso de Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica é oferecido pelo Departamento de Política Científica e Tecnológica da Unicamp, o qual se dedica à pesquisa e docência no campo da política e gestão da ciência, tecnologia e inovação (C&T&I) há mais de 25 anos.



Um dos focos de pesquisa do Departamento é a concepção e implementação de estratégias e sistemas de gestão de inovação nas empresas. Os professores e pesquisadores do DPCT têm atuado de forma marcante na construção do ambiente de inovação no Brasil, por meio de sua atividade de docência, pesquisa e consultoria, seja junto a instituições públicas centrais do sistema de inovação, como o MCT, a Fapesp, o CNPq, a Finep e o INPI; seja junto a empresas inovadoras e líderes em seus mercados.

Arquitetura Integral

A arquitetura do curso é integral. Cada módulo é desenhado para atender às necessidades específicas do gestor da inovação. Os módulos compõem um programa que se estrutura sobre o modelo integrado de gestão da inovação tecnológica e cobre as competências e ferramentas mais importantes para o gestor.

Análise das Experiências e Melhores Práticas

O curso se vale da reflexão constante sobre as experiências e práticas das empresas brasileiras, com base na análise de casos e palestras realizadas por profissionais do meio corporativo, sem perder de vista a dimensão da realidade internacional.

O papel do Laboratório de Gestão da Tecnologia e Inovação

O LabGeti (Laboratório de Gestão da Tecnologia e Inovação), do Departamento de Política Científica e Tecnológica (DPCT), do IGE/UNICAMP, é coordenado pelo Prof. Ruy Quadros. Os seus pesquisadores dedicam-se à pesquisa do processo de inovação tecnológica nas empresas industriais e de serviços, com ênfase na realidade brasileira. As várias dimensões da inovação e seus condicionantes numa economia em desenvolvimento estão no escopo dos estudos do grupo. Os limites e possibilidades da aprendizagem e da inovação na empresa, numa economia periférica e internacionalizada, estão presentes nos trabalhos acerca das estratégias das empresas e suas práticas de gerenciamento estratégico da inovação e da tecnologia. A mensuração e os resultados dos vários aspectos relacionados ao processo de inovação tecnológica também são objeto de estudo do LabGeti.

Networking

O curso permite estabelecer *networking* com os professores, palestrantes convidados e colegas, ampliando a troca de experiências e relacionamentos profissionais e criando a possibilidade de cooperações futuras.

Ferramenta de Aprendizagem e Apoio ao Curso por meio da Web

O curso também conta com o ambiente de aprendizagem TELEDUC/Unicamp para comunicação horizontal e apoio às atividades individuais e coletivas dos participantes (com portal exclusivo).

Outros Diferenciais que o Curso Oferece

- Aulas quinzenais, permitindo maior flexibilidade aos alunos.
- Acesso à biblioteca da Unicamp.
- Presença da equipe de coordenação em todas as aulas para auxiliar em todas as questões ligadas ao curso.

Certificação

A Unicamp, através de sua Escola de Extensão, emitirá certificados para os alunos aprovados no Curso de Especialização - Modalidade Extensão - em Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica, de acordo com os requisitos exigidos no processo de avaliação.



Valor

- R\$ 34.000,00, parceláveis em 19 mensalidades de R\$ 1.789,47, ou 20 mensalidades de R\$1.700,00 (sendo a primeira no ato de confirmação da matrícula).
- Outras opções de pagamento: entrar em contato com a coordenação do curso.

Local do Curso

A Unicamp oferece a nona turma do curso de Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica na cidade de Campinas. O curso será realizado nas dependências da Escola de Educação Corporativa da Unicamp (EDUCORP), localizada na rua Saturnino de Brito, 323, 1º andar, em frente ao Restaurante Saturnino (RS), Cidade Universitária, Barão Geraldo, Campinas-SP.

Período de Inscrição

As inscrições para o curso de Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica ocorrerão de 20/06/2016 até 17/04/2017.

Processo Seletivo

A seleção para ingresso ao curso baseia-se em:

- Análise de ficha de pré-inscrição, *curriculum vitae* e de uma carta de intenção elaborada pelo candidato.
- Entrevista pessoal.

O processo seletivo ocorrerá em Campinas (UNICAMP). Caso sejam selecionados na fase de análise de documentação, os candidatos serão informados sobre a data da entrevista pela coordenação.

A coordenação informará aos candidatos o resultado do processo seletivo e, aos candidatos aprovados, o período de confirmação da matrícula.

Documentação para a Inscrição

Os candidatos deverão providenciar os seguintes documentos que deverão ser entregues no dia da entrevista (com data a ser informada pela coordenação):

- Ficha de Inscrição Assinada (a ser preenchida no ato da inscrição online);
- Cópia do RG (frente e verso autenticados);*
- Cópia do CPF;*
- Cópia do Diploma de Curso Superior ou do Certificado de Conclusão (frente e verso autenticados);
- *Curriculum Vitae*;
- Carta de intenção, na qual o candidato deve apresentar as razões do seu interesse em fazer o curso; e
- 1 foto 3x4 recente (não pode ser escaneizada/digitalizada e nem conter rasuras).

