

O curso de Especialização em **Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica** foi integralmente concebido com o objetivo de capacitar os profissionais que gerenciam funções críticas do processo de inovação e que atuam em organizações que sustentam sua criação de valor na capacidade de mobilizar conhecimento e competências tecnológicas para criar novos produtos, processos, serviços e negócios. O foco do curso é a interação das estratégias de inovação tecnológica com a estratégia competitiva da organização e com 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 apoio de profissionais de empresas que adotam práticas bem sucedidas e 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, novos negócios, marketing, operações, logística, RH e finanças. Além disso, 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 inovação, sejam eles clientes, fornecedores, universidades, institutos de pesquisa ou órgãos governamentais, com o intuito de explorar oportunidades tecnológicas e de mercado. Outro elemento importante 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. Finalmente, merece ser destacada a intensificação da internacionalização da P&D, que exige do gestor brasileiro e da sua organização competências para a inserção nas redes internacionais, seja do ponto de vista da empresa brasileira que integra cadeias de valor globais, seja na perspectiva da empresa subsidiária que participa de sua rede internacional corporativa de inovação. 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 multi-funcionais na organização: inteligência competitiva; prospecção tecnológica e de mercado; 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 novos produtos; governança, estrutura e gestão de pessoas em organizações inovadoras; marketing da inovação; financiamento dos projetos de inovação, incentivos e fundos governamentais de fomento à inovação; 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:
  - Identificação das oportunidades, ameaças e limites do posicionamento da sua empresa, de modo a contribuir para o desenho de sua estratégia de inovação, em linha com sua estratégia competitiva;
  - Conceitos e ferramentas para prospectar e selecionar oportunidades tecnológicas e mercadológicas;
  - Conceitos e técnicas de gestão de portfólio de projetos de P&D;
  - Conceitos e práticas de gerenciamento de projetos de inovação;
  - Práticas adequadas para mapeamento, seleção e gerenciamento de fornecedores e instituições parceiras para projetos de cooperação tecnológica;
  - Conceitos e ferramentas modernos de organização voltada para a aprendizagem organizacional e a inovação;
  - Liderança e gerenciamento de times de inovação;
  - Práticas para estímulo de uma cultura da inovação;
  - Conceitos e ferramentas de valoração e gerenciamento financeiro de projetos de inovação tecnológica;
  - Conceitos e ferramentas para a comercialização de novas tecnologias;
  - 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 gerenciamento do processo de inovação tecnológica 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, 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 Livre Docente do Departamento de Política Científica e Tecnológica, do Instituto de Geociências, UNICAMP. É líder do Grupo de Estudos de Empresas 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. Atuou como consultor e formador na Renault, Suzano Petroquímica, Visteon, Unilever, Odebrecht e Cacique alimentos, além de organismos nacionais, como MCT, Fapesp e Seade, e internacionais, como UNIDO, OCDE, CEPAL, INTECH e IDE/MITI. Desenvolve projetos de implementação de sistemas integrados de gestão estratégica da inovação em empresas do setor elétrico. 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

Andréa de Deus, Pesquisadora Associada, GEMPI/DPCT/IG, UNICAMP.

## Corpo Docente

---

**Adelaide Antunes**, Professora Titular, UFRJ;  
**Anapátricia Morales Vilha**, Professora Adjunta, CECS, UFABC;  
**André Furtado**, Professor Titular, DPCT/IG, UNICAMP;  
**Antonio Barros de Castro**, Professor Emérito, IE, UFRJ;  
**Bastiaan Philip Reydon**, Professor Livre Docente, IE, UNICAMP;  
**Carlos Américo Pacheco**, Professor Doutor, IE, UNICAMP;  
**Carlos Henrique de Brito Cruz**, Diretor Científico, FAPESP;  
**Cláudia Diniz**, Gerente de Tecnologia e Propriedade Intelectual, VALE  
**Denis Balaguer**, Estrategista-chefe de Pesquisa e Tecnologia, EMBRAER  
**Eduardo Raupp de Vargas**, Professor Adjunto, PPGA/UnB;  
**Eliane Brito**, Professora Adjunta, FGV/SP;  
**Gilson Manfio**, Diretor Científico, Natura;  
**Giacomo Staniscia**, Diretor de Inovação, Atech Tecnologias Críticas;  
**Jaylton Moura Ferreira**, Gerente Executivo, Instituto Eldorado;  
**João Carlos Boyadjian**, Professor Doutor, FIA/USP e Diretor da CPLAN;  
**Lauro Barata**, Professor Livre Docente, Instituto de Química, UNICAMP;  
**Leda Gitahy**, Professora Doutora, DPCT/IG, UNICAMP;  
**Leila Oliva**, Lukatus Corporate Learning & Solutions;  
**Leonardo Basso**, Professor Doutor, PPGA, UP Mackenzie  
**Lívia Barbosa**, Professora Doutora, Diretora de Pesquisa CAEPM/ESPM;  
**Lúcia Helena Salgado**, Pesquisadora IPEA (Ex-Conselheira do CADE);  
**Luciene Lemes**, Professora, Academia da Força Aérea Brasileira, AFAB;  
**Luis Guilherme de Sá**, Doutor, Gerente de Projeto, Oxiteno;  
**Marcelo Pinho**, Professor Associado, UFSCar;  
**Marcos Francisco de Almeida**, Chefe do Escritório de São Paulo, FINEP;  
**Maria Beatriz Bonacelli**, Professora Doutora, DPCT/IG, UNICAMP;  
**Maria Conceição Costa**, Professora Livre Docente, DPCT/IG, UNICAMP;  
**Mauro Zackiewicz**, Elabora Consultoria, Pesquisador DPCT/IG, UNICAMP  
**Nilton Vargas**, Doutor, Consultor, Neolabor e Poli/USP;  
**Ricardo Remer**, Diretor, ATEM & REMER Consultores;  
**Roberto Nicolsky**, Diretor Geral, PROTEC;  
**Robson Lisboa**, Pesquisador Associado, DPCT/IG, UNICAMP;  
**Roque Rabechini Jr.**, Professor Doutor, FEA/USP, FIA/USP;  
**Sandra Hollanda**, Doutora, Consultora, LCA Consultores;  
**Sérgio Queiroz**, Professor Livre Docente, DPCT/IG, UNICAMP;  
**Sérgio Salles**, Professor Titular, DPCT/IG, UNICAMP;  
**Tales Andreassi**, Professor Doutor, FGV/SP;  
**Victor Fernandes**, Diretor de Desenvolvimento, Natura.



## 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 18 de março de 2011 e se encerram em 24 de novembro de 2012. O curso possui carga horária de 360 horas e estima-se um prazo de 18 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 alunos elementos que lhes permitam identificar as oportunidades e as ameaças do posicionamento da empresa produtiva, mapear suas competências (recursos) e contribuir para o desenho de sua estratégia de inovação, em linha com sua estratégia corporativa e competitiva.

### Tópicos a serem abordados

- Introdução da abordagem estratégica à gestão da inovação tecnológica.
- Conceitos e ferramentas e ferramentas utilizados no desenho de estratégias de inovação, em empresas cujas estratégias competitivas são ancoradas na inovação. Inicialmente, o módulo se concentra no desenho de estratégias competitivas, no nível do negócio e da corporação.
- Ênfase é dada às abordagens da *resource-based view* (RBV), como mais adequadas quando o objetivo é criar mercados e negócios, bem como reinventar o padrão de concorrência.
- Apresenta-se o escopo e os vetores das estratégias de inovação, além das bases e ferramentas para seu alinhamento à estratégia competitiva.
- 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 de 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.
- Elementos históricos, teóricos e visão panorâmica sobre as diversas metodologias de prospecção.
- Exercícios de cenários e de monitoramento.
- Banco de patentes como fonte de informação para cenários tecnológicos.



### 4) Estrutura de Mercado e Concorrência

#### Objetivos do módulo

O presente módulo visa preparar os alunos 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 - pois objeto do módulo sobre Estratégias - 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, 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.
- Política econômica, industrial e tecnológica.

## **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 multi-critérios.
- 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.
- Análise das políticas de CT&I no Brasil, situando as empresas brasileiras nesse contexto.
- Análise da ciência, da pesquisa e da tecnologia feitas 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 alunos a lidar com o componente ambiental nos processos inovativos e na mudança técnica.

### Tópicos a serem abordados

- 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.
- Biodiversidade e oportunidades em fitomedicamentos e fitocosméticos: origem das matérias-primas, importância dos produtos naturais e processos de extração, purificação e isolamento de princípios ativos.
- Gestão da inovação sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável.



## 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 apóia 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 (Fundos Setoriais, Finep, Fapesp e fontes setoriais).
- Fontes privadas: *venture capital*.
- Incentivos fiscais.
- Elaboração de projetos de *funding* envolvendo distintas fontes.
- 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) Gestão Estratégica de Fusões, Aquisições e Joint-Ventures****Objetivos do módulo**

Apresentar os conceitos básicos da estratégia corporativa de crescimento, explorando as diversas alternativas adotadas pelas empresas e as formas de implementação de cada uma. Caracterizar e avaliar as diversas estratégias de crescimento. Discutir os processos e as principais sistemáticas de gestão do crescimento utilizadas pelas empresas.

**Tópicos a serem abordados**

- Conceitos básicos sobre estratégia de crescimento.
- Alternativas de crescimento: orgânico, via fusões, aquisições e *joint ventures*.
- Escopo da firma: integração vertical, horizontal e diversificação.
- Vantagens competitivas para promover o crescimento.
- Tecnologia como instrumento de alavancagem do crescimento.
- Discussão da consolidação da indústria petroquímica brasileira.
- Análise de processos e sistemáticas de crescimento.
- Aspectos operacionais de aquisições.

**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:

- 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.
- Oficinas de trabalho e exercícios práticos.

O programa está organizado em 21 módulos de 8 a 24 horas, além da orientação de monografia de conclusão de curso - totalizando 360 horas.

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 20 anos.



Um dos focos de pesquisa do Departamento é a concepção e implementação de estratégias corporativas e a gestão de negócios. 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.

### 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\$ 24.225,00, parceláveis em 19 mensalidades de R\$ 1.275,00 (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 sexta turma do curso de Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica na cidade de Campinas. O curso será realizado nas dependências da Agência para Formação Profissional da Unicamp (AFPU), localizada no Anexo VI, Reitoria, Cidade Universitária, Barão Geraldo, Campinas-SP.

## Período de Inscrição

---

As inscrições para o curso de Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica ocorrerão até 11/03/2011.

## Processo Seletivo

---

A seleção para ingresso ao curso baseia-se em:

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

O processo seletivo ocorrerá em Campinas (UNICAMP). Os candidatos serão informados sobre a data do processo seletivo 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 poderão 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 escanerizada/digitalizada e nem conter rasuras).

(\*) ATENÇÃO: CARTEIRA DE HABILITAÇÃO **NÃO** SUBSTITUI CPF E RG.