



Curso de Especialização - 360h
Modalidade Extensão Universitária



APRESENTAÇÃO DO CURSO



O curso de especialização em Gestão da Inovação e Competitividade da Unicamp foi concebido para capacitar profissionais em competências e habilidades multifuncionais para lidar com o dinamismo, a complexidade e as oportunidades emergidas do cenário competitivo atual. Durante os módulos do curso, os participantes integrarão conceitos e aspectos práticos da inovação, para desenvolver competências entre as distintas áreas da organização, e aplicar uma gestão da inovação plena, considerando o ambiente interno e externo, com foco no aumento da competitividade.

O programa do curso está dividido em módulos que apresentam conceitos e ferramentas práticas para a gestão da inovação: Criatividade, inovação e competitividade; Conceitos e fundamentos para gestão da inovação; Financiamento à inovação e sustentabilidade; Prospecção tecnológica e inteligência competitiva; Gestão de projetos de inovação; Estratégia empresarial e modelos de gestão; Métodos analíticos para gestão de pessoas; Gestão da tecnologia da informação e do conhecimento; Gestão Financeira; Gestão Estratégica de Pessoas nas Organizações; Estratégias de Marketing; Ética e cidadania; Negociação estratégica.

APRESENTAÇÃO DO CURSO



OBJETIVO

Capacitar os participantes a desenvolver e potencializar a gestão da inovação nas organizações, com foco no aumento da competitividade. Integrar conceitos e aspectos práticos da inovação, criatividade, estratégia, tecnologia e inteligência competitiva. Desenvolver condições que permitam aos participantes criar e disseminar uma cultura inovadora e empreendedora. Estabelecer estratégias e implementar processos que favoreçam o desenvolvimento de um contexto propício à inovação nas empresas privadas ou setores governamentais.

PÚBLICO-ALVO

Diretores, gerentes e supervisores; Consultores empresariais e comerciais; Empreendedores; Analistas de inteligência; Profissionais envolvidos na organização de atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação; Servidores públicos com interesse nos temas inteligência, estratégia e inovação; Profissionais com interesse em agir de forma mais estratégica e inovadora.

APRESENTAÇÃO DO CURSO



COORDENAÇÃO

Prof. Dr. Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes

Doutor e Mestre em Administração pela FGV-EAESP. Atualmente é Professor MS3 e Coordenador de Extensão da Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas (FCA-UNICAMP), onde atua também como docente permanente nos programas de Mestrado e Doutorado em Administração e Mestrado em Engenharia de Produção e Manufatura. Participou de cursos de extensão universitária em Empreendedorismo pela Renmin University of China, Inovação Social pela University of Cape Town - África do Sul e Modelagem de Equações Estruturais (PLS-SEM) pelo Northern Institute of Technology Management - Alemanha. Acumula experiência como consultor em grandes empresas nacionais e internacionais nas áreas de inovação, tecnologia e desenvolvimento organizacional.

Cv lattes: <http://lattes.cnpq.br/4643990060392832>
E-mail: gustavo.salati@fca.unicamp.br

CORPODOCENTE DA UNICAMP

Dr^a. Adriana Bin
Dr. Bruno Brandão Fischer
Dr. Christiano França da Cunha
Dr. Cristiano Torezzan
Me. Evandro José Pereira
Dr. Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes
Dr. Luiz Eduardo Gaio
Dr. Mauro Simões
Dr^a. Muriel de Oliveira Gavira
Dr. Paulo Hayashi Junior
Dr^a. Solange Maria Corder

CORPODOCENTE CONVIDADO

O curso poderá contar com professores convidados das principais instituições de ensino do país, bem como palestrantes do meio corporativo.

APRESENTAÇÃO DO CURSO



CERTIFICAÇÃO

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



METODOLOGIA

- Aulas expositivas e dialogadas;
- Casos de ensino com situações de empresas nacionais e internacionais;
- Dinâmicas em grupo e exercícios práticos;
- Seminários apresentados pelos alunos;
- Palestras de executivos.

MÓDULOS DO CURSO



Criatividade, inovação e competitividade (16h)

Objetivo: Identificar elementos e atitudes necessárias para desenvolver o pensamento criativo orientado para resultados empresariais.

Ementa: Componentes das teorias da criatividade. A importância do contexto no processo criativo. Técnicas de geração de ideias. Modelos de negócios: conceitos, canvas, padrões e formas de utilização.

Conceitos e fundamentos para gestão da inovação (24h)

Objetivo: Compreender os conceitos e a importância da pesquisa & desenvolvimento e da ciência & tecnologia no contexto da inovação. Identificar os processos de inovação com foco nos atores e nos sistemas de inovação. Compreender o papel e a importância dos atores, das instituições e das políticas de inovação.

Ementa: Os conceitos de Ciência e Tecnologia (C&T), Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) no contexto da inovação (I). Os tipos e os processos de inovação. Os atores e os sistemas de inovação. A importância da gestão da inovação e o Sistema Nacional de Inovação (SNI). As especificidades dos setores públicos (governos e institutos públicos de pesquisa), do setor privado e das universidades.

MÓDULOS DO CURSO



Financiamento à inovação (16h)

Objetivo: Compreender os principais aspectos envolvidos no financiamento e no apoio à inovação. Identificar as oportunidades de financiamento a projetos de natureza tecnológica e inovativa, assim como a recursos humanos neles envolvidos. Esse tipo de capacitação pode contribuir para ampliar o aprendizado e a competitividade organizacional, melhorando o desempenho produtivo dos atores envolvidos.

Ementa: Aspectos conceituais do financiamento; Especificidades do financiamento à inovação; Recursos de curto e longo prazo; O papel do financiamento público; Principais instrumentos de financiamento à inovação. Brasil: estrutura do financiamento à inovação; fontes principais de recursos; instrumentos e política de financiamento à inovação.

Inovação e sustentabilidade (24h)

Objetivo: Desenvolver senso crítico sobre inovação sustentável, planejamento sustentável e diferenciais que a sustentabilidade pode trazer para a empresa.

Ementa: Inovação sustentável, ecoinovação e inovação responsável. Sistema de inovação para sustentabilidade. Empreendedorismo sustentável. Particularidades e desafios nacionais e globais da inovação para sustentabilidade.

MÓDULOS DO CURSO



Métodos analíticos para gestão de pessoas (32h)

Objetivo: Compreender e as principais técnicas analíticas utilizadas para a gestão de pessoas. Desenvolver habilidades básicas de gestão de banco de dados em RH. Capacitar os estudantes para realizar análises exploratórias de dados no âmbito de gestão de pessoas. Utilizar ferramentas estatísticas para predição em RH.

Ementa: Noções de estrutura de dados para gestão de pessoas. Introdução à estatística descritiva e análise exploratória de dados em RH. Tabelas de contingências, regressão e correlação linear: exemplos em gestão de pessoas. Modelos de otimização aplicados à gestão de pessoas.

Gestão da tecnologia da informação e do conhecimento (24h)

Objetivo: Desenvolver visão abrangente sobre a área de tecnologia da informação, suas conexões e contribuições na prática de gestão organizacional. Desenvolver senso crítico e capacidade para contextualização, identificação e solução de problemas organizacionais tendo como suporte os sistemas de informação. Familiarizar o estudante aos desafios e oportunidades nas áreas.

Ementa: Gestão do Conhecimento e Tecnologia da informação: conceitos fundamentais. Sistemas de informação. Gestão do conhecimento. Tecnologia da informação e comunicação e desempenho empresarial. Tecnologias e ferramentas emergentes.

MÓDULOS DO CURSO



Estratégias de marketing (24h)

Objetivo: Compreender relacionamentos e associações entre os principais conceitos de Marketing e as mais diversas formas de inovações, sejam estas inovação de produtos, de processos ou de marketing.

Ementa: Fundamentos de marketing: segmentação de mercado, posicionamento e composto mercadológico. Empresa orientada para o mercado: estratégias de relacionamento colaborativo para o desenvolvimento de inovação; lealdade e custo de mudança. Comportamento do cliente organizacional e do consumidor final. Mercado e novas tecnologias: gerenciamento do composto mercadológico no ciclo de vida do produto; adoção de inovação por empresas e consumidores finais. Inovação, marketing e competição: visão baseada em recursos e o marketing da inovação. Endomarketing.

Gestão de projetos de inovação (24h)

Objetivo: Capacitar os participantes para gerir projetos relacionados ao desenvolvimento de produtos, processos e modelos de negócio utilizando a metodologia do Project Management Institute – PMI.

Ementa: Introdução a inovação tecnológica e ao gerenciamento de projetos. O ciclo de vida de projetos de inovação. Gerenciamento da restrição tripla de projetos (escopo, tempo e custos). Gerenciamento de riscos Gerenciamento das partes interessadas. Planejamento com o Project Model Canvas. Gestão ágil de projetos.

MÓDULOS DO CURSO



Gestão estratégica de pessoas nas organizações (24h)

Objetivo: Compreender a dinâmica humana dentro das organizações. Desenvolver as competências necessárias para o desenvolvimento gerencial dos recursos humanos corporativos.

Ementa: A evolução no conceito de gestão de pessoas e equipes. Gestão de Pessoas como vantagem competitiva. Organizações complexas. Capital humano e capital social nas organizações. Aprendizagem individual e coletiva. Liderança em Ambientes Complexos. Grupos em Ambientes complexos. Fatores motivadores ao trabalho humano. O Futuro da Gestão de Pessoas.

Prospecção tecnológica e inteligência competitiva (24h)

Objetivo: Desenvolver a capacidade analítica em termos de comportamento organizacional frente a cenários futuros. Incorporar técnicas de prospecção como ferramentas de inteligência competitiva. Desenvolver habilidades estratégicas e de posicionamento frente a ambientes concorrenciais instáveis e em constante mudança.

Ementa: Conceitos de prospecção tecnológica; Evolução histórica de práticas de prospecção; Análise comparada de métodos para prospecção; Cenários futuros como ferramentas de inteligência competitiva; Construção de cenários e monitoramento.

MÓDULOS DO CURSO



Estratégia empresarial e modelos de gestão (24h)

Objetivo: Discutir conceitos e práticas de planejamento e gestão estratégica. Compreender a estrutura de funcionamento das organizações. Desenvolver o senso crítico e aperfeiçoar a capacidade de análise dos problemas organizacionais.

Ementa: Introdução ao estudo da estratégia, a partir de uma perspectiva ampla e multidisciplinar, com particular ênfase em seus fundamentos econômicos e comportamentais. Diferentes escolas de pensamento em estratégia e sua evolução. O Balanced Scorecard e a Gestão Estratégica. Tipos de estrutura organizacional e modelos de gestão. Tendências em gestão organizacional.

Gestão financeira (24h)

Objetivo: Propiciar aos alunos as bases teórica e prática no uso das técnicas modernas de administração financeira, visando auxiliar no processo da tomada de decisão em gestão.

Ementa: Conceito de finanças e orçamento. Tomada de decisão em finanças: investimento, financiamento e dividendo. Entendendo as demonstrações financeiras. Análise financeira por meio de indicadores. Gestão financeira de curto prazo. Gestão Financeira de Longo Prazo. Governança Corporativa.

MÓDULOS DO CURSO



Negociação estratégica (16h)

Objetivo: Avaliar os cenários para a elaboração das Estratégias de Negociação. Identificar as principais causas de conflitos interpessoais, intergrupais e interempresariais. Promover reflexão e autoconhecimento sobre as habilidades de Comunicação, de Administração de Conflitos e de Negociação. Desenvolver as habilidades essenciais para Negociações Estratégicas.

Ementa: Possíveis causas dos conflitos entre pessoas, equipes e empresas: conflitos concretos (substantivos) e conflitos emocionais. Modelos Mentais e Comunicação. A administração eficaz de conflitos. Conceitos de Negociação Estratégica. Tipos de Negociação Estratégica: Distributiva e Integrativa. Poder e Negociação. Tipos de personalidade e sua influência no processo de Negociação Estratégica. O Processo da Negociação Estratégica.

Ética e cidadania (24h)

Objetivo: Apresentar os principais temas da reflexão ética, com destaque para o desenvolvimento de habilidades reflexivas e argumentativas. Analisar os conceitos fundamentais da ética e da cidadania, com ênfase na aplicação da argumentação para a resolução de casos controversos. Relacionar vida moral e vida profissional.

Ementa: A moralidade como disposição. A moral e sua relação com as normas. A importância dos princípios morais e éticos. A ética aplicada. A relação entre ética e cidadania. As relações entre ética e trabalho.

DIFERENCIAIS DO CURSO



PROFESSORES E PALESTRANTES

Professores dos cursos de Doutorado e Mestrado da Unicamp e convidados externos das principais instituições de ensino do país. Profissionais do meio corporativo, com experiência nas práticas internacionais de gestão.

Os docentes do curso têm experiência acadêmica e prática no tema da Inovação.

NETWORKING

Networking com os professores, palestrantes convidados e colegas, ampliando a troca de experiências e relacionamentos profissionais, com possibilidade de cooperações futuras.



DIFERENCIAIS DO CURSO



MÓDULOS SEMESTRAIS INTERDISCIPLINARES

Os módulos semestrais foram desenvolvidos com estrutura interdisciplinar, propiciando o desenvolvimento de competências e habilidades multifuncionais e ferramentas práticas para o gestor.

ALUNO UNICAMP

Carteirinha de estudante da Unicamp, com acesso à ambiente de aprendizagem exclusivo, e acesso à biblioteca física e virtual da Unicamp.



INSCRIÇÕES



PROCESSO SELETIVO

A seleção para ingresso ao curso baseia-se em:

- Análise de ficha de pré-inscrição;
- Análise do curriculum vitae.



DOCUMENTAÇÃO PARA INSCRIÇÃO

- Ficha de Inscrição e Termo de Compromisso assinado.
- Curriculum Vitae.
- Cópia autenticada frente e verso ou cópia simples acompanhada do original do RG.
- Cópia autenticada frente e verso ou cópia simples acompanhada do original do Diploma da Graduação.
- Cópia do CPF.

Obs.: Para fins de efetivação da inscrição, o interessado poderá entregar uma cópia autenticada do Certificado de Conclusão, emitido por instituição reconhecida, ficando obrigado a apresentar uma cópia autenticada do Diploma, devidamente registrado, antes do término do curso.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS



LOCAL DE REALIZAÇÃO: LIMEIRA

O curso é oferecido na Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas (FCA-UNICAMP)

Site: www.fca.unicamp.br

Endereço: R. Pedro Zaccaria, n° 1300 - Jd. Santa Luiza.



DIAS E HORÁRIOS DAS AULAS

- Sábado, das 8h às 12h e das 13h às 17h.

DURAÇÃO DO CURSO

- 17 meses

INFORMAÇÕES ADICIONAIS



INVESTIMENTO

- Os valores dos cursos podem ter alterações a cada oferecimento, e devem ser consultados no site, quando as inscrições estiverem abertas.

Observações:

- Desconto de 20% (vinte por cento) para associados da CIESP, SESCON, ACIAI, APECL, ACIL Leme e Limeira e CNTA.

CONTATO

FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS

Evandro José Pereira

E-mail: extensao@fca.unicamp.br

Telefone: (19) 3701-6757

Fax: (19) 3701-6718

Endereço: R. Pedro Zaccaria, n° 1300

Jd. Santa Luiza - Limeira/SP

CEP: 13484-350

Atendimento: Segunda a sexta-feira, das 14h às 18h e das 20h às 22h.