

DISCIPLINAS

1. MARKETING ESTRATÉGICO

A disciplina tem como objetivo fazer com que o aluno seja capaz de:

- Pensar o marketing como filosofia e modelo de gestão estratégica para criação de valor para clientes e organizações (“marketing thinking”);
- Integrar os elementos de marketing estratégico para criar organizações centradas no cliente (“customer centric”);
- Identificar os elementos de uma estratégia de marketing e aplicá-los na criação de modelos de negócios inovadores e exponenciais (era da 4ª revolução industrial).

2. DESIGN THINKING

Objetivo geral da disciplina de Design Thinking é explicar o conceito, os pilares, valores, a forma de pensar e o processo do design thinking e como pode contribuir para construção de projetos inovadores.

Os objetivos Específicos são:

- Introduzir o conceito de inovação, bem como seus tipos, ferramentas e setores para criação de uma cultura de inovação e desenvolvimento de novos modelos de negócios;
- Explicar o conceito de design thinking e como ele está ligado com a inovação dentro das empresas hoje, apresentando cases reais em diversos setores de atuação;
- Aplicar o ciclo de design thinking praticamente baseado em um desafio real.

3. ECONOMIA DIGITAL

Nesta disciplina os alunos terão como objetivo trabalhar temas balizadores para a compreensão da sociedade contemporânea, compreender a evolução e quais os fundamentos do novo modelo econômico e industrial.

4. LEAN THINKING

O objetivo dessa disciplina é propor uma transformação na forma de se pensar uma organização, buscando o funcionamento enxuto como uma prática rotineira em todas as ações e níveis hierárquicos. Toda a aula terá uma abordagem do Design Thinking com Lean Manufacturing.

5. STARTUPS E NEGÓCIOS INOVADORES E ESCALÁVEIS

A disciplina tem como objetivo inserir o aluno em um novo modelo de negócio, apresentando a transformação dos negócios tradicionais e os novos paradigmas digitais.

6. SUSTENTABILIDADE E NEGÓCIOS SOCIAIS

Esta disciplina aborda os conceitos da sustentabilidade e a sua aplicabilidade na gestão empresarial e pública, articulando o crescimento, a eficiência e a inovação em busca de resultados econômicos, sociais e ambientais. Busca identificar oportunidades de projetos sustentáveis para agregar valor as empresas e a sociedade. Também contempla os negócios sociais, ou seja, como organizações estão atuando em iniciativas economicamente viáveis e

orientadas por uma finalidade social, visam uma transformação social trazendo soluções necessárias e/ou inovadoras para problemas sociais.

7. INOVAÇÃO, CRIATIVIDADE E EMPREENDEDORISMO

A disciplina tem por objetivo relacionar de forma interdisciplinar o tema inovação, empreendedorismo e criatividade, gerando uma imersão em um novo mindset de produção, empreendimento e criação de negócios inovadores.

8. ESTRATÉGIA E COMPETITIVIDADE DE OPERAÇÕES

A disciplina tem por objetivo debater as principais questões de formulação, implementação, organização e gestão de estratégias competitivas e de suas implicações no contexto de operações; desenvolver competências relacionadas a gestão dinâmica das operações de produção e serviços; relacionar com estratégia competitiva; discutir capacitação, inovação e suas relações com a competitividade e produtividade das operações; Métodos de gestão para a melhoria da produtividade. Trabalhar o tema planejamento e de gestão competitiva da carteira de projetos. Estudar casos de estratégias competitivas e tendências no contexto de operações.

9. GESTÃO DE PESSOAS NA ERA DIGITAL

O objetivo da disciplina de gestão de pessoas na era digital é transmitir uma compreensão do cenário atual com relação às mudanças sociais, econômicas e tecnológicas no mundo das organizações e seus impactos na gestão de pessoas. Estimulando os discentes a se prepararem para fazer a gestão de pessoas em organizações inovadoras.

10. MODELAGEM DE NEGÓCIOS

Como inovar em mundo competitivo? Uma abordagem de modelagem de negócios para inovação, consiste no uso de metodologias Lean e de Design para criação de novas startups e soluções dentro de organizações, com o objetivo de agregar valor através de meios inovadores e tecnológicos, a modelagem de negócios auxilia na construção de uma proposta de valor com vantagens competitivas atraentes para consumidores cada vez mais exigentes. Seguindo os conceitos de modelagem de negócios criados por Anthony W. Ulwick, Alex Osterwalder e Steve Blank a disciplina aborda de forma prática a criação de um modelo de negócio e a interação necessária com o cliente na busca da criação de um negócio inovador.

11. BRANDING E GESTÃO DE PORTFÓLIO

Abordar os principais conceitos relacionados à criação e gestão de marcas como identidade, proposta de valor, reputação e posicionamento. Apresentar questões referentes à marca corporativa, de produtos e serviços, marca pessoal e marca de produto. Desenvolver o conceito de gerenciamento de portfólio buscando identificar propostas de valor sinérgicas, estruturadas de forma a otimizar a presença da marca e a garantir um posicionamento estratégico e rentável. Compreender diferentes estruturas de portfólio de acordo com o mercado em questão e os objetivos de negócio da organização, seja empresarial, social ou pública. Relacionar os conceitos de branding e portfolio com planejamento estratégico.

12. GESTÃO DE INDICADORES E MAPEAMENTO DE PROCESSOS

Esta disciplina tem como objetivo difundir os conceitos essenciais de gestão estratégica por meio de indicadores de desempenho, KPI, e mapeamento de processos, internalizar o mapeamento de processo como ferramenta de diagnóstico e construção de análise estratégica.

13. INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

A disciplina de Inteligência Competitiva (IC) e Sociedade da Informação tem por objetivo geral oferecer ao aluno subsídios teóricos e práticos necessários para o desenvolvimento da capacidade de compreender a complexidade do mundo moderno e ter uma visão clara das tendências no mundo corporativo, avaliando competências essenciais para se manter competitivo em uma sociedade exigente e mutante. Usar da inteligência competitiva como aliada e exercer lideranças transformadoras independente do cargo que ocupa para estimular o comprometimento no que diz respeito ao aprimoramento contínuo das competências.

Os objetivos específicos são: realizar a caracterização do entendimento sobre a sociedade da informação e inteligência competitiva e analisar os aspectos conceituais, relacionais, substantivos e práticos sobre inteligência competitiva.

14. TECNOLOGIAS DIGITAIS E EMERGENTES

Essa disciplina tem como objetivo apresentar os novos paradigmas tecnológicos contemporâneos, difundir entre os discentes as tecnologias mais recentes e relevantes que podem impactar o mundo dos negócios e das organizações, prepara-los para explorarem os novos modelos de inovação com a aplicação de tecnologias emergentes.

15. LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO

Essa disciplina será executada em um laboratório para a prática e simulação dos métodos, ferramentas e conceitos desenvolvidos ao longo do curso. Terá como objetivo a prototipagem de novos produtos e serviços com características inovadoras de forma sustentável e com construção de uma vantagem competitiva.

16. ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Nesta disciplina os discentes terão como objetivo compreender noções específicas na formulação, desenvolvimento e implementação da inteligência competitiva, da gestão estratégica e da vantagem competitiva sustentada.

17. CONTROLADORIA ESTRATÉGICA

Essa disciplina tem como objetivo proporcionar aos alunos uma base prática no uso do controle econômico-financeiro como instrumento de tomada de decisão, controle dos resultados e

avaliação de desempenho. Permitindo alinhar o planejamento estratégico com os resultados financeiros.

18. TRABALHO DE CONCLUSÃO D CURSO

Será desenvolvido um plano de negócio para um novo negócio ou um produto/serviço inovador, considerando-se a aplicação prática de referenciais teóricos e técnicas abordadas ao longo do curso, como, por exemplo, Business Model Canvas, Design Thinking e MVP. Para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso o aluno contará com aulas preparatórias, orientações presenciais e a distância e atividades em período extraclasse. Ao final o plano de negócio será apresentado em forma de um Pitch para uma banca de especialistas.