

MBA

*Gestão da Inovação
e Capacidade
Tecnológica*



1. COORDENAÇÃO ACADÊMICA

Prof. PAULO N. FIGUEIREDO

Ph.D. pelo SPRU – Science and Technology Policy Research, University of Sussex, UK. **Mestre** em Administração Pública pela Fundação Getulio Vargas (FGV). Bacharel em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Professor titular da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE) da Fundação Getulio Vargas (FGV), onde ingressou em 1999. Leciona gestão da inovação tecnológica nos programas internacionais de Graduação, Mestrado e Doutorado da EBAPE/FGV, assim como em demais cursos no Brasil e internacionais com forte participação de gestores.

2. FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Fundada em 20 de dezembro de 1944, a FGV, instituição de direito privado, sem fins lucrativos, nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimento socioeconômico do Brasil por meio da formação de administradores qualificados, nas áreas pública e privada. Ao longo do tempo ampliou sua atenção para outras áreas de conhecimento, sendo sempre reconhecida pela qualidade e excelência ao produzir e difundir conhecimento por meio de suas Escolas e Centros de Pesquisa:

FGV EAESP - Escola de Administração de Empresas de São Paulo

FGV EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

FGV EPPG - Escola de Políticas Públicas e Governo

FGV EESP - Escola de Economia de São Paulo

FGV EPGE - Escola Brasileira de Economia e Finanças

FGV Direito SP - Escola de Direito de São Paulo

FGV Direito Rio - Escola de Direito do Rio de Janeiro

FGV CPDOC – Escola de Ciências Sociais

FGV EMAp - Escola de Matemática Aplicada

FGV RI - Escola de Relações Internacionais

Projetos – Consultoria para organizações públicas e privadas

IBRE - Instituto Brasileiro de Economia

IDE – Instituto de Desenvolvimento Educacional

3. INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL - IDE

O IDE foi criado no final de 2003 com o objetivo de coordenar e gerenciar uma rede de distribuição única para os produtos e serviços educacionais produzidos pela FGV, através de suas Escolas e Institutos, distribuídos por meio de Instituições Conveniadas. O Instituto é composto pelo FGV Management, Programa de Pós-Graduação; pelo FGV Online, Programa de Ensino a Distância; pelo FGV *in company*, Programa de Cursos Customizados; pela Central de Qualidade e Inteligência de Negócios, responsável pela manutenção da qualidade e padrão de excelência FGV, em qualquer lugar do país onde os programas do IDE estejam sendo oferecidos; e pela Certificação de Qualidade, que compartilha a qualidade do conhecimento e do ensino produzidos na FGV com os cursos de graduação em Administração e Economia de outras instituições do país.

Por intermédio de parcerias com diversas universidades da Europa, Ásia e dos Estados Unidos, os alunos dos cursos administrados pelo IDE têm a possibilidade de participar de programas de curta, média ou longa duração em universidades estrangeiras.

Os programas do FGV Management são oferecidos no ABC Paulista pela Strong, nos seguintes campi:

Campus Almirante

Rua Almirante Protógenes, 290, Jardim – Santo André
fgvabc@strong.com.br

Campus Jacarandás

Av. Industrial, 1455, Jardim – Santo André
santoandre.fgv@strong.com.br

Campus São Caetano do Sul

Av. Goiás, 383, 2º Andar – São Caetano do Sul
saocaetano.fgv@strong.com.br

4433 3222 | 4433 6166 | 3996 5668
www.strong.com.br

4. ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS – EBAPE

A EBAPE foi criada em abril de 1952, com o apoio das nações unidas, voltada inicialmente para o aperfeiçoamento de profissionais do setor público brasileiro, e teve um papel pioneiro no ensino universitário ao instituir o primeiro curso superior de Administração Pública do país. Com o passar dos anos, expandiu sua atuação também para a área de gestão empresarial privada, oferecendo uma série de programas de educação continuada, bem como mantém um amplo programa de pesquisas e consultoria técnica a empresas e entidades do governo. A Escola conquistou credibilidade, legitimidade e uma capacidade surpreendente de agregar conhecimento de alto nível aos seus estudantes, introduzindo-os em um processo produtivo de excelência.

5. METODOLOGIA

Com uma metodologia atual e diferenciada, o curso é composto por um núcleo básico de aulas expositivas estruturadas em leituras obrigatórias previamente indicadas. O programa também inclui sessões práticas de análise da conjuntura internacional; palestras com convidados especialistas em diplomacia, negociação e política internacional; e debates sobre tópicos da agenda internacional. O curso também terá textos disponibilizados em inglês, o que reforça a necessidade de o aluno ter boa capacidade de compreensão da língua.

6. SOBRE O MBA EM GESTÃO DA INOVAÇÃO E CAPACIDADE TECNOLÓGICA

A capacidade para a implementar atividades inovadoras, com alto grau de novidade internacional e com alto valor agregado, desempenha um papel cada vez mais decisivo na competitividade de organizações e de países no mercado global. Especificamente, a maneira como as organizações e setores industriais acumulam capacidades tecnológicas inovadoras impacta o crescimento e desenvolvimento industrial e socioeconômico de seus países.

7. OBJETIVOS

O curso objetiva desenvolver nos participantes um entendimento amplo e sólido sobre o processo de gestão da inovação tecnológica e seus impactos no desempenho competitivo em nível de organizações, de projetos empreendedores, de clusters, bem como de áreas específicas dentro de sistemas mais amplos. Com isso, o curso objetiva, em última instância, capacitar os alunos para gerir estratégias de inovação orientada ao aumento da capacidade competitiva em diversos tipos de organização. Você irá adquirir:

- Entendimento sobre as possibilidades e limites da inovação tecnológica como fonte para a produtividade de organizações e fonte primária para o crescimento econômico de países;
- Ampla visão sobre as habilidades para avaliar criticamente as ações estratégicas de inovação tecnológica em organizações ou projetos ou áreas específicas;
- Ampla visão sobre as habilidades para identificar e medir tipos e níveis de capacidades tecnológicas no intuito de gerar insumos para acelerar processos de inovação na organização;
- Conhecimento sobre o aprimoramento da capacidade de desenhar, redigir e apresentar análises sobre estratégias de inovação tecnológica para audiências com alto grau de expectativa em termos de profundidade, clareza e concisão.

8. A QUEM SE DESTINA

O MBA em Gestão da Inovação e Capacidade Tecnológica é recomendado para:

- Profissionais que atuam em empresas privadas, de diversos portes, e estatais industriais e/ou de serviços;
- Profissionais que atuam em organizações relacionadas ao sistema de ciência, tecnologia e inovação, em nível nacional, regional, local e setorial;
- Profissionais de organizações que objetivam implementar ações de gestão da inovação para a melhoria do desempenho;
- Potenciais empreendedores que desejam obter uma formação em gestão da inovação para estruturar seus próprios negócios.

9. CERTIFICAÇÃO

Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA, nível Especialização da Fundação Getulio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES nº 1 de 06/04/2018, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior.

O MBA em Gestão da Inovação e Capacidade Tecnológica é certificado pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas - EBAPE.

- Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA em Gestão da Inovação e Capacidade Tecnológica, Nível Especialização” aos participantes que atenderem a todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso do módulo nacional;

10. PROGRAMA

MÓDULO NACIONAL		
MBA em Gestão da Inovação e Capacidade Tecnológica		
	DISCIPLINAS	HORAS /AULA
	Base Conceitual Sistêmica do Processo de Inovação	
1	Fundamentos de Inovação e de Capacidade Tecnológica	24
2	Estratégias de Inovação e Capacidade Tecnológica	24
3	Aprendizagem Tecnológica e Inovação	24
4	Sistemas de Inovação: Políticas, Instituições e Financiamento	24
5	Fontes Externas de Conhecimento para Inovação	24
6	Clusters, Inovação e Competitividade	24
	Ferramentas de Apoio Direto ao Processo de Inovação	
7	Gestão de Projetos para Inovação	24
8	Gestão de Portfólio de Projetos de Inovação	24
9	Inteligência e Prospecção Tecnológica	24
10	Gestão de Propriedade Intelectual	24
11	Gestão Econômica da Inovação	24
12	Marketing e Inovação Tecnológica	24
	Aspectos Transversais do Processo de Inovação	
13	Gestão de Capacidade de Produção	24
14	Inovação em Serviços	24
15	Gestão da Inovação baseada em TI	24
16	Criatividade, Inovação e Empreendedorismo	24
17	Gestão da Inovação e Sustentabilidade	24
18	Liderança e Gestão da Inovação	24
	CARGA HORÁRIA TOTAL	432

11. MÓDULOS INTERNACIONAIS (OPCIONAIS)

MÓDULOS INTERNACIONAIS [OPCIONAL]	HORAS/AULA
<i>Business and Management for International Professionals</i> <i>University of California – Irvine</i>	54
<i>Innovation</i> <i>University of California – Santa Cruz e Irvine</i>	54
<i>Public Policy, Finance and Investment Strategies</i> <i>University of Chicago – Harris School</i>	49
<i>China Business & Economic Strategies for Managers</i> <i>Chinese University of Hong Kong</i>	40
Gestão de Negócios Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial - ISCTE /INDEG - Lisboa	40
<i>Management of Innovation. Quality, Clusters, International Brands and Business.</i> <i>Fondazione CUOA – Business School – Itália</i>	40
<i>Innovation and Entrepreneurship</i> <i>School of International Business and Entrepreneurship Stuttgart – Alemanha</i>	80
<i>International Business Law</i> <i>University of California – School of Law – Irvine</i>	54

Os programas internacionais oferecidos como extensão aos cursos de MBA Executivo são realizados em parceria com as principais instituições internacionais da Europa, Ásia e Estados Unidos.

Os principais objetivos desses cursos são:

- Ganho de visão internacionalizada de negócios;
- Networking com alunos da FGV e representantes de empresas nacionais e multinacionais de todo o Brasil;
- Troca de informações com os docentes e executivos;
- Formação acadêmica internacional;
- Acultramento pessoal.

Certificação dos módulos internacionais:

- Será outorgado pelas universidades internacionais, em seus locais de origem, o certificado de participação no módulo internacional respectivo;
- A Fundação Getulio Vargas fará o apostilamento da participação no módulo internacional cursado, aos alunos que atenderem todos os critérios de aprovação em ambos os cursos.

12. DESCRITIVO DAS DISCIPLINAS

1. Fundamentos de Inovação e de Capacidade Tecnológica

O imperativo do aumento da produtividade para o crescimento econômico e o papel da tecnologia e da inovação. Natureza e vários tipos de inovação e suas implicações econômicas. Principais propriedades das atividades inovadoras. Principais modelos de inovação: méritos e limitações. Direções contemporâneas do processo de Inovação. Organização de atividades inovadoras. Mitos e realidade sobre tecnologia (e sua relação com ciência) e suas implicações para o processo de sua gestão. Introdução à natureza da capacidade tecnológica. Transferência de tecnologia: possibilidades e limites em função da natureza da capacidade tecnológica.

2. Estratégias de Inovação e Capacidade Tecnológica

Papel da inovação e das capacidades tecnológicas na estratégia empresarial. Diferentes tipos de estratégias de inovação e suas implicações para a performance competitiva. Estratégias empresariais para inovação em empresas de economias emergentes. Ciclos de *catch-up* tecnológico e mudanças da liderança industrial/tecnológica de países, indústrias e organizações.

3. Aprendizagem Tecnológica e Inovação

Os processos e mecanismos de aprendizagem tecnológica como investimentos na criação e acumulação de capacidades tecnológica. A capacidade de absorção de conhecimento tecnológico e suas implicações para capacidade inovadora. Processos aprendizagem tecnológica em nível de clusters. Processos de aprendizagem tecnológica em subsidiárias de empresas multinacionais: experiências de sucesso e fracasso. Possibilidades e limites das abordagens sobre aprendizagem organizacional para o entendimento do processo desenvolvimento de capacidades tecnológicas em empresas de economias emergentes. 'Gestão do conhecimento' e atividades criadoras de conhecimento. A importância relativa dos processos e mecanismos de aprendizagem na acumulação de capacidades tecnológicas. Processos de aprendizagem no contexto de inovação aberta: as redes de conhecimento e os sistemas de conhecimento (*knowledge systems*). Tipologias para mensuração dos impactos dos mecanismos de aprendizagem tecnológica na acumulação de capacidades tecnológicas.

4. Sistemas de Inovação: Políticas, Instituições e Financiamento

Revisão da economia política da ciência, tecnologia e inovação (C,T&I). Introdução ao framework de “sistemas de inovação” e sua importância para o desenvolvimento inovador de empresas e de países. Sistemas nacionais de inovação e a experiência de países desenvolvidos e em desenvolvimento. Exame dos seus componentes de suporte: (a) apoio científico, tecnológico e de inovação: institutos de pesquisa e desenvolvimento públicos e privados; (b) apoio físico, institucional e de gestão: parques tecnológicos, incubadoras de empresas, clusters, arranjos produtivos locais; (c) apoio financeiro (governos federal e estadual, agências de desenvolvimento, Bancos e outras instituições). Política Científica, tecnológica e de inovação: (a) principais atores da política científica, tecnológica e de Inovação no Brasil e suas interações; (b) novo marco regulatório da política de C,T&I no Brasil; (c) análise de política de C,T&I: oportunidades, ameaças e sua relevância para os sistemas de inovação.

5. Fontes Externas de Conhecimento para Inovação

As abordagens '*demand-pull*' e '*technology-push*': nível de complementariedade e integração. O papel dos usuários na inovação de produtos. Como os fatores do mercado dão forma ao desenvolvimento de novos produtos. Situações de definição de novos produtos (por exemplo, maturidade de design tecnológico, alinhamento de mercado). Como as características de uma inovação influenciam as opções de desenvolvimento e marketing? Estratégias para "aprender com o mercado", "ouvir o mercado" e "antecipar as necessidades dos clientes". Problemas e conflitos na relação entre marketing, fabricação e áreas de P&D. A curva 'S' e as respostas das empresas às mudanças do mercado. Segmentos inovadores de mercado, estratégias de inovação (sustentação e inovação de ruptura), relatividade e circunstâncias para inovar, mercado e competências assimetrias para inovar, produto como função. Inovação de mercado, inovação de valor, níveis de não consumidores, métodos de análise e planejamento.

6. Clusters, Inovação e Competitividade

Introdução à competitividade. A competitividade das empresas, dos clusters locais e regionais e das nações. O ambiente empresarial nacional e seu efeito na produtividade e competitividade das empresas. Competindo internacionalmente: estratégias competitivas globais para empresas e regiões. O papel dos ecossistemas e clusters como forças motrizes do desenvolvimento econômico e social. Clusters e competitividade em países desenvolvidos e emergentes. O papel das empresas e do setor público no desenvolvimento econômico e social. Experiências brasileiras em clusters. Compreensão do estado da arte da competitividade em três níveis: o das empresas, o dos clusters e o dos países ou regiões. Clusters brasileiros: principais exemplos, características do processo de inovação e impactos na competitividade.

7. Gestão de Projetos para Inovação

Ciclo do Projeto (conceitos e definições, planos programas e projetos, multiprojetos integrados); Foco e diferencial do projeto (área de atuação, campo de análise e viabilidade); Definição de produto e/ou serviço; Sequenciação e diagramação. Cálculo de redes e estimativa de custos. Controle físico financeiro. Orçamentação. Relações Interinstitucionais. Riscos. Termos de Referência do Projeto. Especificidades dos projetos. Estrutura, dimensionamento e descrição do projeto. Configuração Sistêmica. Inserção cultural e política; Aprovisionamento e Controle. Interação socioeconômica dos projetos. Financiamento e aporte financeiro. Apresentação do projeto.

8. Gestão de Portfólio de Projetos de Inovação

Diversas técnicas e ferramentas de gestão de portfólio incluindo: identificação, geração e escolha de novos projetos, incluindo *front-end*, ideação, business-case e riscos. Conceitos básicos: descoberta, invenção ou inovação? Tipos e graus de inovação. Cadeia de valor da inovação. Risco versus incerteza em projetos inovadores. Modelos de processos de inovação e adaptações de técnicas de gestão de projetos de inovação. PMBOK para projetos inovadores. Projetos de desenvolvimento de produtos. Modelos de processos de inovação: funil de inovação, *stage-gate*, Gestão de projetos ágil x tradicional. Gestão de portfólio de projetos inovadores: seleção, priorização, composição e alinhamento estratégico.

9. Inteligência e Prospecção Tecnológica

Estrutura dos documentos de patentes, sistema internacional de patentes, patentometria e oficina de acesso a informação tecnológica contida nos bancos de patentes públicos e comerciais, relatórios de inteligência tecnológica para pesquisa, desenvolvimento e inovação e para apoio ao desenvolvimento de processos industriais, contratos de tecnologia averbados no INPI como fonte de inteligência competitiva (IC). Inteligência marcária. Critérios de patenteabilidade. Softwares comerciais de inteligência tecnológica. Bibliometria: conceito e ferramentas. Inteligência competitiva e estratégica competitiva. Método de implantação de células de inteligência competitiva, sinergia e conceitos de inteligência de mercado e tecnológica, softwares utilizados para a geração de estudos de IC, a produção de relatórios de inteligência para a tomada de decisão. Estudos de futuro no contexto da IC. Diferenciação entre dados, informação, conhecimento e inteligência. Estudos prospectivos. Métodos de previsão de cenários e gestão da tecnologia: *technology foresight*, *technology forecast* e *technology roadmap*. Métodos de construção de cenários.

10. Gestão de Propriedade Intelectual e Inovação

O sistema de propriedade intelectual (PI). Os diferentes mecanismos de propriedade intelectual e suas principais características. A relevância da propriedade intelectual para os países e para as organizações. Propriedade intelectual e competitividade. Propriedade intelectual e transferência de conhecimento. O sistema de patentes. Gestão estratégica do portfólio de patentes: como criar, como manter e por que ter um portfólio de patentes. O sistema de marcas registradas. Gestão estratégica do portfólio de marcas registradas: como registrar, como manter e por que manter um portfólio de marcas registradas.

11. Gestão Econômica da Inovação

A disciplina utiliza conceitos, técnicas e ferramentas para avaliação econômica e determinação do valor de uma dada tecnologia, dando suporte para: (a) negociações de propriedade intelectual, (b) parcerias, (c) seleção otimizada de carteira de projetos e (d) venda de tecnologias. Termos e conceitos de propriedade intelectual, parcerias e principais tipos de contratos (taxa de sucesso, royalties). Conceitos de matemática financeira e engenharia econômica: VPL, TIR, *payback*. Cálculo de fluxos de caixa reais e projetados. Definição de taxa de atratividade. Conceitos e técnicas para lidar com incerteza: análise de decisão, simulação Monte Carlo, opções reais. Valoração de tecnologias: tecnologia como ativo intangível, diferenças entre avaliação, valoração e valorização. Abordagem para valoração: custo, mercado e renda. Métodos de valoração baseados na renda: fluxo de caixa descontado. Prospecção tecnológica: técnicas e ferramentas de apoio na visão futura das tendências tecnológica.

12. Marketing e Inovação Tecnológica

O agrupamento de clientes em segmentos, visando certos grupos, posicionando novos produtos e serviços, e alocando otimizando recursos de marketing com base na resposta do mercado, no contexto de um quadro de estratégia de marketing. Proporcionar uma visão analítica e aplicada do papel do marketing na estratégia de inovação tecnológica da empresa. A criação de produtos e serviços inovadores requer a compreensão de: (a) seus segmentos de mercado potenciais, ou seja, quem são seus clientes, quais são suas percepções sobre seus produtos e sua organização; (b) a posição que empresa aspira no mercado, considerando seu custo relativo e capacidades tecnológicas; (c) seu ambiente competitivo. Além de examinar os elementos chave do processo de marketing, da criação de valor à entrega e captação de valor, a disciplina explorará alguns dos grandes desafios atuais em marketing, tais como o impacto das redes sociais na gestão de marcas, competição à base de preço baixo, e “comoditização” do mercado.

13. Gestão de Capacidade de Produção

Gestão da produção como parte do processo de inovação. Abordagens e técnicas avançadas de gestão da capacidade de produção, tais como *Lean Thinking* (Produção Enxuta e Sistema Toyota), Teoria das Restrições, SCM (*supply Chain Management*, MRP e ERP). Integração da produção com as demais áreas da organização, tais como marketing, engenharia, P&D. Gestão de atividades inovadoras na organização.

14. Inovação em Serviços

Transformações na estrutura industrial e na crescente relevância dos serviços na economia; As especificidades das atividades de serviços; O amplo espectro de atividades de serviços; Os serviços intensivos em conhecimento; Desenvolvimento de Novos Serviços, *Service Design* e *Service-Dominant Logic*; Exemplos de experiências de inovação em organizações baseadas em serviços. Capacidade de inovação em organizações de serviços.

15. Gestão da Inovação baseada em TI

Iniciativas de transformação digital. Aplicação estratégica de inovações tecnológicas. Vantagem competitiva sustentável. Oportunidades e potencialidades de tecnologias emergentes. Produtividade e rentabilidade do negócio. Desenvolvimento de competências. Tecnologias estratégicas. Aprendizagem organizacional. Métodos de criação coletiva. Inovação disruptiva. Modelos de crescimento exponencial. Estruturação da base organizacional e abordagens ambidestras de negócios.

16. Criatividade, Inovação e Empreendedorismo

Fundamentos do Empreendedorismo. Características de indivíduos empreendedores. Empreendedorismo corporativo ou intra-empreendedorismo. O processo empreendedor. Habilidades para gerir o desenvolvimento de inovações, para reconhecer e avaliar oportunidades potenciais, para rentabilizar essas inovações, para planejar métodos específicos e detalhados para explorar essas oportunidades e adquirir os recursos necessários para implementar esses planos. Estratégia de negócio; modelos de negócios e planos de negócios; Financiamento empresarial; Exposição para potenciais provedores de recursos e negociação de negócios; e lançando novos empreendimentos. Start-ups inovadoras como parte da rede de inovação colaborativa de empresas.

17. Gestão da Inovação e Sustentabilidade

Conceitos básicos sobre desenvolvimento sustentável. Conceitos básicos sobre desenvolvimento sustentável. Econoinovação (*ecodesing*) e ecoinovação sustentável. Inovação ambiental e sustentável na empresa e em sua cadeia de suprimento. Instrumentos e métricas aplicáveis.

18. Liderança e Gestão da Inovação

Integração e comportamento de times de inovação. Condução de áreas e times para a implementação de projetos inovadores na organização. Avaliação de desempenho de equipes.



**EDUCAÇÃO
EXECUTIVA**

Campus Almirante

Rua Almirante Protógenes, 290, Jardim – Santo André
fgvabc@strong.com.br

📞 4433-3222

Campus Jacarandás

Av. Industrial, 1455, Jardim – Santo André
santoandre.fgv@strong.com.br

📞 4433-6166

Campus São Caetano do Sul

Av. Goiás, 383, 2º Andar, Centro – São Caetano do Sul
saocaetano.fgv@strong.com.br

📞 3996-5668

www.strong.com.br 