# GESTÃO DE STARTUPS
## INFORMAÇÕES GERAIS

### APRESENTAÇÃO

O curso de Gestão de Startups foi elaborado para contribuir com a formação de profissionais multifuncionais qualificados e preparados para coordenar atividades administrativas e de gestão de processos nos mais diversos setores da organização pública ou privada de grande, médio e pequeno porte, norteando os procedimentos operacionais e dando soluções para as mais diversas demandas, a fim de torná-los viáveis e seguros a longo prazo.
A falta de uma boa gestão, consciente, madura e visionária, provoca o fechamento do comércio muito antes da sua estabilização, o que provoca prejuízos e perdas, muitas vezes irreparáveis ao empresário. Saber lidar com as questões financeiras, administrativas, econômicas, contábeis, de marketing, logística e de gestão de pessoas faz toda diferença na concretização de um projeto, e o profissional atuante nessa área possui as características ideias para organizar e gerir os processos, atuando de forma assertiva na tomada de decisões e desenvolvimento das diversas atividades corporativas.

### OBJETIVO

Conhecer tendências contemporâneas do mercado na visão do empreendedor, gestor e/ou consultor.

### METODOLOGIA

Em termos gerais, a metodologia será estruturada e desenvolvida numa dimensão da proposta em EAD, na modalidade semipresencial, onde as aulas ocorrem parte em sala de aula, visto que a educação a distância está consubstanciada na concepção de mediação das tecnologias em rede, com momentos presenciais e atividades a distância em ambientes virtuais de aprendizagens, que embora, acontece fundamentalmente com professores e alunos separados fisicamente no espaço e ou no tempo, mas que se interagem através das tecnologias de comunicação.

| Código | Disciplina | Carga Horária |
|---|---|---|
| 4841 | Estratégias de Marketing | 60 |

### APRESENTAÇÃO

Decisões de Produtos. Conceitos de produto. Desenvolvimento e Gerenciamento de produtos. Marketing de Serviços e de organizações sem fins lucrativos. Decisões de distribuição. canais de marketing. Gestão da cadeia de

suprimentos. Varejo. Estratégias de promoção e de comunicações. Comunicação. Integrada de Marketing. Publicidade e Relações Públicas. Promoção de Vendas e Venda pessoal. Decisões de Preço, conceito de precificação e decisão do preço correto.

**OBJETIVO GERAL**

Este componente curricular tem por objetivo municiar o estudante ou profissional de marketing das estratégias competitivas para maximizar os resultados das vendas e do posicionamento institucional estratégico da organização.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Desenvolver e gerenciar produtos, aplicando as técnicas de decisão de produtos.
- Identificar os canais de marketing para maximizar o resultado da organização.
- Definir o conceito e características do Merchandising, aplicando as estratégias de aplicação desta técnica para maximizar resultados.
- Engendrar estratégias de relações públicas para potencializar o marketing estratégico.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – FUNDAMENTOS SOBRE ESTRATÉGIA DE PRODUTOS E SERVIÇOS**
CONCEITOS DE PRODUTO
DESENVOLVIMENTO E GERENCIAMENTO DE PRODUTOS (DECISÃO DE PRODUTOS)
CONCEITOS DE SERVIÇO
CARACTERÍSTICAS DE SERVIÇOS

**UNIDADE II – MARKETING DE SERVIÇOS E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO**
MARKETING DE SERVIÇOS
CANAIS DE MARKETING
DECISÕES DE DISTRIBUIÇÃO
GESTÃO DE CADEIA DE SUPRIMENTOS

**UNIDADE III – ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO, PROMOÇÃO E MERCHANDISING**
COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING
ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO E COMUNICAÇÕES
PUBLICIDADE E PROPAGANDA
MERCHANDISING

**UNIDADE IV – ESTRATÉGIAS DE MARKETING, VENDAS E PROMOÇÕES**
ESTRATÉGIAS DE MARKETING
PROMOÇÃO DE VENDAS E VENDA PESSOAL
ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO
ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS DIGITAIS

**REFERÊNCIA BÁSICA**

CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos.** 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHIAVENATO, I. **Gestão de vendas:** uma abordagem introdutória, transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas. Barueri: Manole, 2014.

COBRA, M.; URDAN, A. T. **Marketing básico.** São Paulo: Atlas, 2017.

COLOMBO, M. **Otimize, SEO**, Clube dos Autores, 2009.

DIAS, S. R. **Estratégia e canais de distribuição.** São Paulo: Atlas, 1993.

FERRACCIÚ, J.S.S. **Marketing promocional:** a evolução da promoção de vendas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LAS CASAS, A. L.; LAS CASAS, J. L. **Marketing de serviços:** como criar valores e experiências aos clientes. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

LAS CASAS, A.L. **Marketing de varejo**. 2. ed. São Paulo: Atlas. 2000. 366p.

PINHO, J. B. **Publicidade e vendas na Internet:** técnicas e estratégias. Summus Editorial, 2000.

SHIMP, T. A. **Comunicac?a?o de marketing:** integrando propaganda, promoc?a?o e outras formas de divulgac?a?o. Sa?o Paulo: Cengage Learning, 2012.

SHIMP, T. A. **Comunicação integrada de marketing:** publicidade, promoções e outras ferramentas. In: CZINKOTA, M. R. et al. Marketing: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

FERRACIU, J.S.S. **Promoção de vendas:** 40 anos de teoria e prática promovendo e vendendo. São Paulo: Makron Books, 1997. 273 p.

JOHANSTON, R.; CLARK, G. **Administração de operações de serviços.** São Paulo: Atlas, 2002.

KENDZERSKI, Paulo Roberto. **Web marketing e comunicação digital**. 2 ed. São Paulo: Donnelley Morre, 2009.

**PERIÓDICOS**

SILVA, F. C. da. et al. **Gestão da Cadeia de Suprimentos Verde**: Percepções dos Gestores às Barreiras para Implementação na Indústria Automotiva Brasileira, Argentina e Colombiana Teoria e Prática em Administração, volume 7, número 2, 2017.

SILVA, O.T. et. al. **Varejo estratégico:** o papel da comunicação integrada. Belo Horizonte: Pretexto, 2010.

ZENARO, M. **Marketing estrate?gico para organizac?o?es e empreendedores:** guia pra?tico e ac?o?es passo a passo. Sa?o Paulo: Atlas, 2013.

| 4843 | Finanças Corporativas | 60 |
|---|---|---|

**APRESENTAÇÃO**

Introdução à administração financeira. Fundamentos do valor do dinheiro no tempo. Avaliação de títulos de renda fixa. Avaliação de ações. Risco e retorno. Custo de capital. Alavancagem e estrutura de capital. Orçamento de capital. Administração do capital de giro.

**OBJETIVO GERAL**

Este conteúdo visa preparar o profissional para avaliar os fundamentos e a saúde financeira das empresas, propiciando uma visão abrangente e prática sobre alternativas de solução em termos de financiamento e

investimento nessas empresas.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Interpretar o funcionamento dos sistemas de avaliação de investimentos e financiamentos das empresas.
- Entender os tipos de mercado financeiro e seus perfis de oportunidade em termos de captação de recursos.
- Aplicar os métodos de análise de financiamento e investimento nas empresas, discernindo sobre as melhores alternativas de captação de recursos financeiros.
- Compreender o cenário, contexto e consequências da falência e da recuperação judicial das empresas.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – FUNDAMENTOS DAS FINANÇAS EMPRESARIAIS**
EVOLUÇÃO E ASPECTOS DAS FINANÇAS EMPRESARIAIS
SISTEMAS DE AVALIAÇÃO DE INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTOS EMPRESARIAIS
RECURSOS FINANCEIROS EMPRESARIAIS
MÉTODOS DE AVALIAÇÃO DE INVESTIMENTOS

**UNIDADE II – CAPTAÇÃO DE RECURSOS NO MERCADO FINANCEIRO**
TIPOS DE MERCADO FINANCEIRO
TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)
RISCO DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS
DECISÃO DE CAPITALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

**UNIDADE III – FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO EMPRESARIAL**
ANÁLISE DE FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO DAS EMPRESAS
NECESSIDADES DE ALAVANCAGEM DAS EMPRESAS
PAY-BACK E MÉTODOS DE CAPM
ANÁLISES DE DRE COMO FERRAMENTA FINANCEIRA

**UNIDADE IV – AVALIAÇÃO DA SAÚDE FINANCEIRA DE UMA EMPRESA**
FALÊNCIAS E RECUPERAÇÕES DAS EMPRESAS
PROJEÇÕES DE BALANÇOS E ESTRUTURAS DE CAPITAIS
ANÁLISES DE ROTAÇÕES E LIQUIDEZ
ÍNDICES PATRIMONIAIS E ESTRUTURA

**REFERÊNCIA BÁSICA**

ASSAF NETO, A.**?Mercado financeiro**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ASSAF NETO, A. **Matemática Financeira e Suas Aplicações**. 9ª ed. São Paulo: ATLAS, 2006.

CROUHY, M., GALAI, D., MARK, R. **Gerenciamento de Risco: Abordagem Conceitual e Prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

GITMAN, L. J.**?Princípios de administração financeira**. 12 ed. São Paulo; Pearson, 2010.

GUASTI L. F. **Análise de Riscos.** 2 Rimpr. São Paulo: Atlas, 2016.

HOJI, MASAKAZU. **Administração Financeira: Uma Abordagem prática**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

**PERIÓDICOS**

JORION, P., ***Value at Risk: A* Nova Fonte de Referência para a Gestão de Risco Financeiro**. 2 ed. São Paulo*:* BM&FBovespa, 2010.

REILLY, F. K., NORTON, E. A. **Investimentos.** 7ª Edição. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

TOSTES, F. P. **Gestão de Risco de Mercado Metodologias Financeira e Contábil**. São Paulo. Ed. FGV, 2007.

| | | |
|---|---|---|
| **4839** | **Introdução à Ead** | **60** |

**APRESENTAÇÃO**

Fundamentos teóricos e metodológicos da Educação a distância. Ambientes virtuais de aprendizagem. Histórico da Educação a Distância. Avaliação em ambientes virtuais de aprendizagem apoiados pela Internet.

**OBJETIVO GERAL**

Aprender a lidar com as tecnologias e, sobretudo, com o processo de autoaprendizagem, que envolve disciplina e perseverança.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

Analisar e entender EAD e TIC (Tecnologia de Informação e Comunicação), Ambiente virtual de ensino e Aprendizagem, Ferramentas para navegação na internet.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – AMBIENTAÇÃO NA APRENDIZAGEM VIRTUAL**
PRINCIPAIS CONCEITOS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
GERENCIAMENTO DOS ESTUDOS NA MODALIDADE EAD
AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM
RECURSOS VARIADOS QUE AUXILIAM NOS ESTUDOS

**UNIDADE II – APRIMORANDO A LEITURA PARA A AUTOAPRENDIZAGEM**
A LEITURA E SEUS ESTÁGIOS
OS ESTÁGIOS DA LEITURA NOS ESTUDOS
ANÁLISE DE TEXTOS
ELABORAÇÃO DE SÍNTESES

**UNIDADE III – APRIMORANDO O RACIOCÍNIO PARA A AUTOAPRENDIZAGEM**
O RACIOCÍNIO DEDUTIVO
O RACIOCÍNIO INDUTIVO
O RACIOCÍNIO ABDUTIVO
A ASSOCIAÇÃO LÓGICA

**UNIDADE IV – FERRAMENTAS DE PRODUTIVIDADE PARA A EAD**
INTERNET E MANIPULAÇÃO DE ARQUIVOS
COMO TRABALHAR COM PROCESSADOR DE TEXTO?
COMO FAZER APRESENTAÇÃO DE SLIDES?

COMO TRABALHAR COM PLANILHAS DE CÁLCULO?

**REFERÊNCIA BÁSICA**

VALENZA, Giovanna M.; COSTA, Fernanda S.; BEJA, Louise A.; DIPP, Marcelo D.; DA SILVA, Sílvia C. **Introdução à EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

SANTOS, Tatiana de Medeiros. **Educação a Distância e as Novas Modalidades de Ensino**. Editora TeleSapiens, 2020.

MACHADO, Gariella E. **Educação e Tecnologias**. Editora TeleSapiens, 2020.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

DUARTE, Iria H. Q. **Fundamentos da Educação**. Editora TeleSapiens, 2020.

DA SILVA, Jessica L. D.; DIPP, Marcelo D. **Sistemas e Multimídia**. Editora TeleSapiens, 2020.

**PERIÓDICOS**

DA SILVA, Andréa C. P.; KUCKEL, Tatiane. **Produção de Conteúdos para EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

THOMÁZ, André de Faria; BARBOSA, Thalyta M. N. **Pensamento Científico**. Editora TeleSapiens, 2020.

| | | |
|---|---|---|
| **4845** | **Gestão de Startups** | **60** |

**APRESENTAÇÃO**

História e conceito e classificação das startups. Ecossistemas e parques tecnológicos. Etapas de planejamento de uma startup. Etapas de implantação de uma startup. Planejando o ciclo de vida e inovação do produto. Posicionando o produto com marketing digital. Estratégias de vendas e e-commerce. Canais de distribuição de produtos e serviços. Estruturando a sociedade. Atraindo talentos. Liderando pessoas inovadoras. Gestão por competência. Tecnologia da informação e comunicação nas startups. Incubação e aceleração de startups. Estruturando a startup para atração de investimentos. Terceirização da área meio.

**OBJETIVO GERAL**

Este conteúdo visa municiar o estudante, profissional ou empresário dos conceitos e ferramentas fundamentais para planejar, implantar e administrar o crescimento de uma startup, desde o plano de negócio até a aceleração e captação de investimentos.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Discernir quanto aos melhores ecossistemas e parques tecnológicos para suprir as necessidades básicas de uma startup.
- Posicionar o produto em meio ao ecossistema e ao seu público-alvo por meio das técnicas e ferramentas do marketing digital.

- Identificar perfis de sócios para agregação de valor ao negócio, considerando os aspectos legais e estratégicos na estruturação societária da startup.

- Selecionar e implantar soluções tecnológicas que facilitem as comunicações, o gerenciamento de documentos, a gestão contábil e financeira, a administração de pessoal e outros processos gerenciais da operação da startup como um todo.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – PLANEJANDO E IMPLANTANDO UMA STARTUP**
HISTÓRIA, CONCEITO E CLASSIFICAÇÃO DAS STARTUPS
ECOSSISTEMAS E PARQUES TECNOLÓGICOS
ETAPAS DE PLANEJAMENTO DE UMA STARTUP
ETAPAS DE IMPLANTAÇÃO DE UMA STARTUP

**UNIDADE II – CUIDANDO DO PRODUTO**
PLANEJANDO O CICLO DE VIDA E INOVAÇÃO DO PRODUTO
POSICIONANDO O PRODUTO COM MARKETING DIGITAL
ESTRATÉGIAS DE VENDAS E E-COMMERCE
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

**UNIDADE III – CUIDANDO DAS PESSOAS**
ESTRUTURANDO A SOCIEDADE
ATRAINDO TALENTOS
LIDERANDO PESSOAS INOVADORAS
GESTÃO POR COMPETÊNCIA

**UNIDADE IV – CUIDANDO DA INFRA E DOS PROCESSOS**
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NAS STARTUPS
INCUBAÇÃO E ACELERAÇÃO DE STARTUPS
ESTRUTURANDO A STARTUP PARA ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS
TERCEIRIZAÇÃO DA ÁREA MEIO

**REFERÊNCIA BÁSICA**

RIES, Eric. **A startup Enxuta**. São Paulo: LEYA, 2012

DORNELAS, José. **Plano de Negócios: seu Guia Definitivo**. 2. ed. São Paulo: Ed. Empreende, 2016

THIEL, Peter. **De zero a um: o que aprender sobre empreendedorismo com as empresas do Vale do Silício**. 1. ed. São Paulo: Cia das Letras, 2014.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

DORF, Bob. **Startup: Manual do Empreendedor**. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

FEIGELSON, Bruno; NYBO, Erik Fontelene; FONSECA, Victor Cabral. **Direito das Startups**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

**PERIÓDICOS**

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul**. 1. ed. São Paulo: Sextante, 2018.

| 4858 | Gestão de Tecnologia e Informação em Logística | 60 |
|---|---|---|

**APRESENTAÇÃO**

Introdução a Microinformática, Hardware, Software, Peopleware, Sistema Operacional. Softwares de edição de texto e planilhas de cálculo. Introdução a Softwares aplicados de gestão (ERP, MRP). Noções de redes e conectividade. Internet como ferramenta estratégica para a Logística. Planejamento Estratégico de Tecnologia e Inovação. Conceitos, métodos e ferramentas para gerenciar o processo de inovação em logística. Abrangência do uso da TI na gestão da cadeia de suprimentos. Utilização de Softwares e Hardwares na gestão da cadeia de suprimentos.

**OBJETIVO GERAL**

Desenvolver habilidades e competências em estudantes e profissionais da área de logística e supply chain.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Explicar o conceito de microinformática.
- Explicar e identificar os tipos de hardware existentes.
- Explicar e identificar os tipos de software existentes.
- Explicar o significado de peopleware.
- Interpretar o funcionamento de um sistema operacional.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – INTRODUÇÃO À INFORMÁTICA**

HISTÓRICO DA INFORMÁTICA E MICROINFORMÁTICA

HARDWARE

SOFTWARE

PEOPLEWARE

**UNIDADE II – PROCESSADORES DE TEXTO E PLANILHAS ELETRÔNICAS**

FUNCIONAMENTO DE UM SISTEMA OPERACIONAL

PROCESSADORES DE TEXTO

PLANILHAS DE CÁLCULO

PROCESSADORES DE TEXTO E PLANILHAS DE CÁLCULO MAIS UTILIZADOS

**UNIDADE III – INFORMATIZAÇÃO E AUTOMAÇÃO NA GESTÃO LOGÍSTICA**

INTRODUÇÃO AOS CONCEITOS DE REDES E CONECTIVIDADE

INTERNET COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA

SOFTWARES APLICADOS DE GESTÃO (ERP, MRP)

SOFTWARES E HARDWARES NA GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

**UNIDADE IV – TI E INOVAÇÃO NA LOGÍSTICA E NO SUPPLY CHAIN**

TI NA GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

INOVAÇÃO EM LOGÍSTICA

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA TI NA SUPPLY CHAN MANAGEMENT

TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS DA GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

**REFERÊNCIA BÁSICA**

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial.** 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

?FERREIRA, M. C. **Excel 2016:** prático e inovador com dashboard, mapas 3D e macros. São Paulo: Érica, 2017.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

BURGELMAN, R. A. **Gestão Estratégica da Tecnologia e da Inovação: co**nceitos e soluções. Porto Alegre: AMGH, 2012.

**PERIÓDICOS**

DAVILA, T. **As Regras da Inovação.** Porto Alegre: Bookman, 2007.

| | | |
|---|---|---|
| **4846** | **Planejamento Estratégico** | **60** |

**APRESENTAÇÃO**

Estratégia empresarial; Escolas da estratégia; Estratégia de mercado; Estratégia competitiva. Estratégia de operações de serviços; Unidade Estratégica; Conceitos planejamento estratégico empresariais com cenários interno, de mercado, economia e concorrência; Processo de Planejamento Estratégico de curto e longo Prazo; Metodologias e elaboração de plano estratégico; Trabalho prático.

**OBJETIVO GERAL**

Esta disciplina tem por objetivo capacitar o estudante ou profissional de gestão a aplicar as técnicas de gestão e planejamento estratégico nas organizações, compreendendo sua importância e benefícios.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Relacionar os conceitos de planejamento e estratégia empresarial, compreendendo os objetivos e planos inerentes aos níveis de gestão organizacional: estratégico, tático e operacional.
- Exemplificar como as empresas competem no mercado a partir de estratégias genéricas.
- Demonstrar como o planejamento e o estabelecimento de objetivos e metas ajudam no desempenho organizacional.

- Aplicar as técnicas e fundamentos da gestão do conhecimento na estratégia organizacional.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – FUNDAMENTOS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**
PENSAMENTO ESTRATÉGICO NAS EMPRESAS: EVOLUÇÃO E CONCEITO
RELACIONANDO PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIA EMPRESARIAL
ESCOLAS DE ESTRATÉGIA
O AMBIENTE ORGANIZACIONAL E SUAS IMPLICAÇÕES PARA A ESTRATÉGIA

**UNIDADE II – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E MARKETING**
COMO AS EMPRESAS COMPETEM NO MERCADO?
FORMULANDO A ESTRATÉGIA COMPETITIVA EMPRESARIAL
METODOLOGIAS E MODELOS PARA ELABORAÇÃO DE PLANO ESTRATÉGICO
O BSC E O ALINHAMENTO DA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

**UNIDADE III – ELABORANDO UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**
PLANEJAMENTO ORGANIZACIONAL E ESTRATÉGIA: METAS E PLANOS
ADMINISTRAÇÃO POR OBJETIVOS (APO)
ESTABELECIMENTO DE PLANOS ANTE A OBJETIVOS E METAS
A IMPLANTAÇÃO DA ESTRATÉGIA

**UNIDADE IV – GESTÃO ESTRATÉGICA**
CONTROLE ESTRATÉGICO
ESTRATÉGIA E APRENDIZADO ORGANIZACIONAL
CONHECIMENTO E ESTRATÉGIA
COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS NAS ORGANIZAÇÕES

**REFERÊNCIA BÁSICA**

CARVALHO, M.M.; LAURIDO, F.J.B. **Estratégia competitiva: dos conceitos à implementação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, I.; MATOS, F.G. **Visão e ação estratégica: os caminhos da competitividade**. 3.ed. São Paulo: Manole, 2009.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **A estratégia em ação: balanced scorecard**. Gulf Professional Publishing, 1997.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação do conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

OLIVEIRA, D.P.R. **Planejamento estratégico:** conceito, metodologia e práticas. 34.ed. São Paulo: Atlas,2018.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva:** criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

PORTER, M. E. **Competição:** estratégias competitivas essenciais. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RESENDE, E. **O livro das competências:** Desenvolvimento das competências: a melhor autoajuda para as pessoas, organizações e sociedade. Rio de janeiro: Qualitymark, 2000.

**PERIÓDICOS**

THOMPSON JR., A.; STRICKLAND III, A. **Planejamento estratégico:** elaboração, implementação e execução. São Paulo: Pioneira, 2000.

WRIGHT, P.; KROLL, M.; PARNELL, L. **Administração estratégica:** conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

| 4859 | Gestão da Inovação e Competitividade | 60 |
|---|---|---|

**APRESENTAÇÃO**

A inovação nas organizações empresariais: elementos básicos para a empresa tornar-se inovadora. Tecnologia e inovação tecnológica. Invenção e inovação. Processo de inovação. A melhoria gradual e a melhoria radical. Fontes de inovação. Princípios de inovação. A inovação como fator de competitividade. Inovação do conceito de negócio.

**OBJETIVO GERAL**

Apresenta as várias possibilidades de inovar, abrange alterações no produto, processo, gestão e marketing.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Avaliar a capacidade tecnológica e sua aplicabilidade no processo de inovação.
- Discernir sobre a relação entre competitividade e qualidade.
- Compreender a importância da gestão de processos para a competitividade.
- Aplicar o modelo radar da inovação.
- Identificar os aspectos relacionados ao diagnóstico para implantação da gestão da inovação.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA INOVAÇÃO**
INOVAÇÃO: CONCEITOS E DEFINIÇÕES
TIPOS DE INOVAÇÃO
INOVAÇÃO E A CAPACIDADE TECNOLÓGICA
INOVAÇÃO E A CAPACIDADE DE CRIAR CONHECIMENTO

**UNIDADE II – A COMPETITIVIDADE**
IDENTIFICANDO FATORES QUE ENVOLVEM A ESTRATÉGIA E A COMPETITIVIDADE
ENTENDENDO A RELAÇÃO DA COMPETITIVIDADE E A QUALIDADE
A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE PROCESSOS
A RELAÇÃO COM A GESTÃO DAS COMPETÊNCIAS

**UNIDADE III – MODELOS DE GESTÃO DA INOVAÇÃO**
GESTÃO DA INOVAÇÃO E A APLICABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES
MODELO RADAR DA INOVAÇÃO
MODELO GESTÃO ESTRATÉGICA DA INOVAÇÃO
MODELO INOVAÇÃO ABERTA

**UNIDADE IV – IMPLANTANDO PROCESSO DE INOVAÇÃO E GESTÃO**
A INOVAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIOS
O DIAGNÓSTICO PARA A IMPLANTAÇÃO DA GESTÃO DA INOVAÇÃO
FATORES INFLUENCIADORES NA GESTÃO DA INOVAÇÃO
O AMBIENTE CONVIDATIVO PARA A INOVAÇÃO

**REFERÊNCIA BÁSICA**

ALENCAR, E. **Como desenvolver o potencial criador**: um guia para a liberação da criatividade em sala de aula. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

ARAUJO, L. C. G. **Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional.** São Paulo: Atlas, 2001.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE SOFTWARE. **Mercado Brasileiro de *Software*:** panorama e tendências, 2013. São Paulo: ABES, 2015.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

BACHMANN, D. L.; DESTEFANI, J. H. **Metodologia para estimar o grau de inovação nas MPE**. Curitiba, 2008.

BARBARÁ, S. **Gestão por processos**: fundamentos, técnicas e modelos de implementação. São Paulo: Qualitymark, 2008.

**PERIÓDICOS**

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

BENNIS, W.; NANUS, B. **Estratégias para assumir a verdadeira?liderança.** ? São Paulo: Harbra, 1998.

| | | |
|---|---|---|
| **4847** | **Pensamento Científico** | **60** |

**APRESENTAÇÃO**

A ciência e os tipos de conhecimento. A ciência e os seus métodos. A importância da pesquisa científica. Desafios da ciência e a ética na produção científica. A leitura do texto teórico. Resumo. Fichamento. Resenha. Como planejar a pesquisa científica. Como elaborar o projeto de pesquisa. Quais são os tipos e as técnicas de pesquisa. Como elaborar um relatório de pesquisa. Tipos de trabalhos científicos. Apresentação de trabalhos acadêmicos. Normas das ABNT para Citação. Normas da ABNT para Referências.

**OBJETIVO GERAL**

Capacitar o estudante, pesquisador e profissional a ler, interpretar e elaborar trabalhos científicos, compreendendo a filosofia e os princípios da ciência, habilitando-se ainda a desenvolver projetos de pesquisa.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Compreender a importância do Método para a construção do Conhecimento.
- Compreender a evolução da Ciência.
- Distinguir os tipos de conhecimentos (Científico, religioso, filosófico e prático).

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – INICIAÇÃO CIENTÍFICA**
A CIÊNCIA E OS TIPOS DE CONHECIMENTO

A CIÊNCIA E OS SEUS MÉTODOS
A IMPORTÂNCIA DA PESQUISA CIENTÍFICA
DESAFIOS DA CIÊNCIA E A ÉTICA NA PRODUÇÃO CIENTÍFICA

**UNIDADE II – TÉCNICAS DE LEITURA, RESUMO E FICHAMENTO**
A LEITURA DO TEXTO TEÓRICO
RESUMO
FICHAMENTO
RESENHA

**UNIDADE III – PROJETOS DE PESQUISA**
COMO PLANEJAR A PESQUISA CIENTÍFICA?
COMO ELABORAR O PROJETO DE PESQUISA?
QUAIS SÃO OS TIPOS E AS TÉCNICAS DE PESQUISA?
COMO ELABORAR UM RELATÓRIO DE PESQUISA?

**UNIDADE IV – TRABALHOS CIENTÍFICOS E AS NORMAS DA ABNT**
TIPOS DE TRABALHOS CIENTÍFICOS
APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS
NORMAS DAS ABNT PARA CITAÇÃO
NORMAS DA ABNT PARA REFERÊNCIAS

**REFERÊNCIA BÁSICA**

THOMÁZ, André de Faria; BARBOSA, Thalyta M. N. **Pensamento Científico**. Editora TeleSapiens, 2020.

VALENTIM NETO, Adauto J.; MACIEL, Dayanna dos S. C. **Estatística Básica**. Editora TeleSapiens, 2020.

FÉLIX, Rafaela. **Português Instrumental**. Editora TeleSapiens, 2019.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

VALENZA, Giovanna M.; COSTA, Fernanda S.; BEJA, Louise A.; DIPP, Marcelo D.; DA SILVA, Silvia Cristina. **Introdução à EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

OLIVEIRA, Gustavo S. **Análise e Pesquisa de Mercado**. Editora TeleSapiens, 2020.

**PERIÓDICOS**

CREVELIN, Fernanda. **Oficina de Textos em Português**. Editora TeleSapiens, 2020.

DE SOUZA, Guilherme G. **Gestão de Projetos**. Editora TeleSapiens, 2020.

| | | |
|---|---|---|
| **4872** | **Trabalho de Conclusão de Curso** | **80** |

**APRESENTAÇÃO**

Elaboração do Trabalho de conclusão de curso pautado nas Normas aprovadas pelo Colegiado do Curso, utilizando conhecimentos teóricos, metodológicos e éticos sob orientação docente. Compreensão dos procedimentos científicos a partir de um estudo de um problema de saúde; desenvolvimento de habilidades relativas às diferentes etapas do processo de pesquisa; aplicação de um protocolo de pesquisa; elaboração e apresentação do relatório de pesquisa.

**OBJETIVO GERAL**

Construir conhecimentos críticos reflexivos no desenvolvimento de atitudes e habilidades na elaboração do trabalho de conclusão de curso.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Revisar construindo as etapas que formam o TCC: artigo científico.
- Capacitar para o desenvolvimento do raciocínio lógico a realização da pesquisa a partir do projeto de pesquisa elaborado.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

A Pesquisa Científica;

Estrutura geral das diversas formas de apresentação da pesquisa;

Estrutura do artigo segundo as normas específicas;

A normalização das Referências e citações.

**REFERÊNCIA BÁSICA**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6028**: informação e documentação – resumo, resenha e recensão - apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2021.
LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia cientifica**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.
SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed., rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.
VOLPATO, Gilson Luiz. Como escrever um artigo científico. **Anais da Academia Pernambucana de Ciência Agronômica**, Recife, v. 4, p.97-115, 2007. Disponível em: http://www.journals.ufrpe.br/index.php/apca/article/view/93. Acesso em 04 jul. 2018.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia cientifica**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.
SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed., rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

**PERIÓDICOS**

VOLPATO, Gilson Luiz. Como escrever um artigo científico. **Anais da Academia Pernambucana de Ciência Agronômica**, Recife, v. 4, p.97-115, 2007. Disponível em: http://www.journals.ufrpe.br/index.php/apca/article/view/93. Acesso em 04 jul. 2018.

Avaliação será processual, onde o aluno obterá aprovação, através de exercícios propostos e, atividades programadas, para posterior. O aproveitamento das atividades realizadas deverá ser igual ou superior a 7,0 (sete) pontos, ou seja, 70% de aproveitamento.

## SUA PROFISSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

Este curso visa municiar o estudante, profissional ou empresário dos conceitos e ferramentas fundamentais para planejar, implantar e administrar o crescimento de uma startup, desde o plano de negócio até a aceleração e captação de investimentos.