



## GESTÃO DA INOVAÇÃO

**CÓDIGO DA DISCIPLINA: ENST11934**

CARGA HORÁRIA: 48 horas

CRÉDITOS: 04

**PROFESSOR: Marcos Antonio Franklin**

### OBJETIVOS DA DISCIPLINA

#### Geral

Capacitar o aluno a identificar a inovação de produtos/serviços percebida e valorizada pelos clientes/consumidores atuais e potenciais da empresa, como um diferencial competitivo em relação à concorrência, criadora de critérios para as inovações internas.

#### Específicos

- Habilitar o aluno a identificar as inovações de produtos/serviços que efetivamente criam mais valor aos clientes/consumidores, em relação aos concorrentes.
- Habilitar o aluno a elaborar critérios para as inovações quanto a processos, recursos e capacidades organizacionais.
- Mostrar que a necessidade de inovação deve estar introjetada no dia a dia do corpo funcional das empresas.

### ENFOQUE E ABORDAGEM DA DISCIPLINA

O enfoque da disciplina está em demonstrar que a gestão da inovação deve partir das necessidades valorizadas pelos clientes/consumidores, no ambiente externo, e integrar as ações de inovação no ambiente interno, de maneira contínua para criar um clima de inovação entre os colaboradores. Levar o aluno a um entendimento de que inovar está além das áreas funcionais de P&D e de Inovação.

A abordagem da disciplina está na realização de trabalhos práticos aplicados nas empresas dos alunos, com a fundamentação teórica previamente discutida.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. A inovação como componente da criação de valor.
2. Inovação: percepção e racionalidade.
  - 2.1 O que é inovação?
  - 2.2 Rotinas de sucesso.
3. A inovação no ambiente interno: diagnóstico e conexão com a percepção de valor.
  - 3.1 Processos, recursos e capacidades organizacionais.
    - 3.1.1 A inovação como foco do processo de gestão.
    - 3.1.2 Recursos, como e onde usá-los.
    - 3.1.3 Capacidades dinâmicas.



4. Gestão da inovação como um processo institucional: cultura da inovação.
  - 4.1 Construção da empresa inovadora.
5. Modelos de estratégia de inovação e sua implantação.
  - 5.1. Gerenciamento interno sistematizado da inovação.

#### CONEXÃO COM AS DEMAIS DISCIPLINAS DO CURSO

Disciplina	Assunto
Criação de valor para o cliente	A inovação percebida e a experiência do cliente/consumidor. Percepção de valor – cliente / consumidor.
Estrutura de governança em negócio	Custos de Transação.
Inteligência de negócios	Modelos de estratégia de inovação e sua implantação. Decidindo com conhecimento. Analisando os dados, aproveitando oportunidades e protegendo-se das ameaças.
Gestão estratégica de tecnologia	A inovação no ambiente interno: diagnóstico e conexão com a percepção de valor - processos, recursos e capacidades organizacionais. A inovação percebida e a experiência do cliente/consumidor. Recursos. Projetos de novas tecnologias.
Análise de viabilidade de projetos	A inovação como componente da criação de valor. Proposta de valor ao cliente. Recursos Necessários.
Estratégia de desenvolvimento de negócios	A inovação como componente da criação de valor; Inovações do produto. Inovações de processos.
Metodologia científica aplicada	A inovação como componente da criação de valor. A inovação no ambiente interno: diagnóstico e conexão com a percepção de valor. O projeto de aproveitamento de oportunidades/solução de problemas empresariais. O processo. Entendimento da oportunidade e/ou do problema. Diagnóstico da oportunidade/problema. Plano de ações da mudança: recursos, processo, capacidades.

#### BIBLIOGRAFIA

DAVILA, T.; EPSTEIN, M.J.; SHELTON, R. **As regras da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2007. [Livros eletrônicos]



TIDD J., BESSANT, J. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: 5ª. ed. Bookman, 2015.

ZOGBI, E. **Competitividade através da gestão da inovação**. São Paulo: Atlas, 2008. [[Minha Biblioteca - Biblioteca Digital](#)]

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

CHRISTENSEN. C. M.; RAYNOR, M.; MCDONALD, R. Mais uma vez: o que é inovação disruptiva? Harvard Business Review, dez. 2015.

FRANKLIN, M. A.; BARRAL, J. G.; SILVA, L. R.; PEREIRA, M. F. T.; PIANUCCI, M. C.; PINTO, B. O. C. Inovação e a sustentabilidade sob a dimensão social: do discurso à ação - um estudo empírico em uma empresa paulista do ramo frutífero. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 12, p. 276-300, 2016.

FRANKLIN, M. A.; MEIRELLES, S. D. Figura do Ator Integrador no Gerenciamento da Inovação em Rede de PMEs: Um Estudo de Caso. XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. 2006.

MACHADO; D. D. P.; VASCONCELLOS, M. A. de. Organizações Inovadoras: Estudo dos Elementos de Um Ambiente Inovador. SIMPOI 2004 – FGV-EAESP, 2004.

MCCAFFREY, T.; PEARSON, J. A inovação está onde você menos espera. Harvard Business Review, dez. 2015.

MIGUEL, L. A.; FRANKLIN, M. A.; POPADIUK, S. The knowledge creation with view to innovation as a dynamic capability in competitive firms. JOURNAL OF ACADEMY OF BUSINESS AND ECONOMICS, v. 8, n. 4, 2008.

OLIVEIRA, S. M.; ALVES, J. L. Influência das práticas de inovação aberta na prospecção de conhecimentos para a criação de valor em ambientes de alta complexidade sob condições de incerteza e imprevisibilidade. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 11, n.1, p. 295-318, jan./mar. 2014.

PISANO, G. P. Você precisa de uma estratégia de inovação. Harvard Business Review, fev. 2016.

SAMBIASE, M.F.; FRANKLIN, M.A.; TEIXEIRA, J.A. Inovação para o desenvolvimento sustentável como fator de competitividade para as organizações: um estudo de caso Duratex. Revista de Administração e Inovação, v. 10, n. 2, p. 144-168, 2013.