



## **GESTÃO DA INOVAÇÃO**

**CÓDIGO: ENST55000**

**CARGA HORÁRIA: 40 HORAS**

**PROFESSOR: MARCOS ANTONIO FRANKLIN**

### **OBJETIVOS**

#### **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 em processos produtivos, organizacionais e tecnologias.
- Mostrar que a necessidade de inovar é inerente aos líderes, gestores e demais colaboradores da empresa.

### **ENFOQUE E ABORDAGEM DA DISCIPLINA**

O enfoque da disciplina está em demonstrar que a gestão da inovação parte da identificação das necessidades dos clientes/consumidores quanto à inovação do produto ou serviço, para a adoção das ações de inovação no ambiente interno, de maneira contínua, visando à consolidar um clima de mudanças na empresa.

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

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1. A inovação como componente do valor criado.
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. Modelos de estratégia de inovação e sua implantação.
- 4.1. Gerenciamento interno sistematizado da inovação.
- 4.2. Aprendendo por meio de Alianças.
5. Gestão da inovação como um processo institucional: cultura da inovação.
- 5.1 Construção da empresa inovadora.

## **ESTRATÉGIA DE ENSINO-APRENDIZAGEM**

O processo de ensino-aprendizagem compreende os seguintes procedimentos básicos: leituras prévias, discussões em sala de aula e desenvolvimento de um trabalho prático.

Os trabalhos são realizados por meio de grupos de alunos para possibilitar uma maior riqueza, integração e produtividade nas discussões pela troca mútua de aprendizados. Isso devido às diversas formações acadêmicas, vivências e áreas de atuações dos alunos. Cabe ressaltar que é fundamental a participação dos alunos, sobretudo no que diz respeito às suas experiências empresariais que contribuirão especialmente para a dinâmica da aula.

As aulas ocorrem de maneira presencial e não presencial. Nas aulas presenciais são discutidos os conceitos e abordagens relacionadas à gestão da inovação direcionando ao entendimento dos fundamentos das teorias, por conta do feedback do produto da aula não presencial anteriormente realizadas com orientações para cada grupo. As aulas não presenciais correspondem à realização de tarefas práticas que os alunos realizam em grupo. Na penúltima aula é realizada uma aula “externa”, isto é, em uma empresa com as participações dos respectivos executivos e/ou empresários.

O produto final da disciplina é um projeto compacto, estruturado no formato do relatório do Trabalho de Conclusão do Curso, que consta no livro “Metodologia para Trabalhos Práticos e Aplicados” e com material de apoio complementar. Esse projeto é apresentado pelos grupos na última aula, em plenária.

**BIBLIOGRAFIA**

Christensen, C. M., Raynor, M., & McDonald, R. (2015). Mais uma vez: o que é inovação disruptiva? *Harvard Business Review*, dez.

Davila, T.; Epstein, M.J.; Shelton, R. *As regras da inovação*. Porto Alegre: Bookman, 2007. [Livros eletrônicos]

Franklin, M. A., & Meirelles, S. D. (2006). A Figura do Ator Integrador no Gerenciamento da Inovação em Rede de PMEs: Um Estudo de Caso. *XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica*.

Machado; D. D. P., & Vasconcellos, M. A. de. (2004). Organizações Inovadoras: Estudo dos Elementos de Um Ambiente Inovador. *SIMPOI 2004 – FGV-EAESP*.

Marques, G. A., Costa, K. K., Pereira, L. V., Coutinho, M. F. F., Franklin, M. A., & Orrego, R. M. M. (2017). Inovação Em Serviços: O Uso da Tecnologia *Tablets* em Empresas do Setor Gastronômico. *E&G Economia e Gestão*, Belo Horizonte, v. 17, n. 47, Maio/Ago.

McCaffrey, T., & Pearson, J. (2015). A inovação está onde você menos espera. *Harvard Business Review*, dez.

Miguel, L. A., Franklin, M. A., & Popadiuk, S. (2008). 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.

OCDE, *Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. Finep, 2017.

Oliveira, S. M., & Alves, J. L. (2014). 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.

Pisano, G. P. (2016). Você precisa de uma estratégia de inovação. *Harvard Business Review*, fev.

Tidd J., Bessant, J. *Gestão da inovação*. Porto Alegre: 5<sup>a</sup>. ed. Bookman, 2015.

Zogbi, E. *Competitividade através da gestão da inovação*. São Paulo: Atlas, 2008.