

# Aperfeiçoamento em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico

Universidade Federal de São Carlos

Clique para acesso rápido:

# Aperfeiçoamento em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico

Universidade Federal de São Carlos

**Investimento\*** (Possível alteração): Inscrição de R\$400,00  
e 14 parcelas de R\$550,00

**Início do curso previsto para:** 14/09/2019

**Data Final do Curso:** 20/12/2020

**Modalidade de Oferta:** 100% presencial - Possui certificado UFSCar

**Número de vagas:** 50

**Carga Horária Total:** 252 horas-aula presenciais

**Turno:** Aos sábados, não consecutivos, das 8h00 às 17h00, com 1 hora de almoço

**Local:** área sul, AT8, sala 180

**Critérios de seleção:** Análise curricular e manifestação de interesse, descrevendo os motivos pelos quais deseja fazer o curso.

**Forma de avaliação:** Frequência mínima de 75%, exercícios em aula e projeto final em cada disciplina.

**Contatos para informações:** [lietec.ufscar@gmail.com](mailto:lietec.ufscar@gmail.com)

# 1. Resumo

Esta atividade de extensão consiste na transferência de conhecimentos teóricos e práticos para diversos profissionais que pretendem inovar em sua carreira e melhorar sua capacitação. A ideia é possibilitar aos participantes um curso prático, de mãos na massa, que possa abranger todo o processo de criação de empreendimentos e de ideias inovadoras, seja no empreendedorismo tecnológico seja no social. O objetivo principal é favorecer a criação de um ambiente descontraído, com desafios a serem trabalhados em equipes multiprofissionais e heterogêneas, com grande potencial de exposição de diferentes estilos de pensamento, promovendo o que é chamado de destruição criativa que, gerenciado adequadamente, aumentará consideravelmente o potencial de inovação de cada pessoa em suas respectivas áreas de atuação. Esta proposta está alinhada com a filosofia do LIETEC-UFSCar, que é um laboratório de pesquisa que foi concebido para promover a inovação e o empreendedorismo com equipes multidisciplinares.

As atividades serão desenvolvidas no Departamento de Educação Física e Motricidade Humana e demais ambientes da universidade conforme disponibilidade e características das atividades a serem realizadas. As aulas serão aos sábados, não consecutivos, das 8 às 12 horas e das 13 às 17 horas, contemplando um total de 252 horas-aula, distribuídas em 6 (seis) disciplinas das quais 5 (cinco) terão os seus créditos convertidos para o sistema ECTS ("European Credit Transfer System"). Desse modo, a carga horária de cinco disciplinas será reconhecida e validada para os que tiverem interesse em prosseguir nos estudos em nível de Pós-Graduação Stricto Sensu junto ao Mestrado Acadêmico em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico (MIETE) da Universidade do Porto/Portugal, conforme Parecer da Comissão Científica.

## 2. Público Alvo

Professores da rede pública e privada de ensino em seus diversos níveis, gestores de negócios e empreendedores de empresas de base tecnológica, profissionais da saúde, ciências exatas e engenharias, e demais profissionais que tenham interesse na temática da inovação e do empreendedorismo tecnológico e social.

# 3. Informações Complementares

1 - Este curso é uma das ações de extensão do Laboratório de Inovação e Empreendedorismo em Tecnologia Assistiva, Esporte e Saúde (LIETEC/CNPq/UFSCar) em parceria como o Curso de Mestrado Acadêmico em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico (MIETE) da Universidade do Porto/Portugal;

2 - Cinco das seis disciplinas deste curso terão sua carga horária reconhecida e validada para os que tiverem interesse em prosseguir nos estudos em nível de Pós-Graduação Stricto Sensu no MIETE em conformidade ao ECTS ("European Credit Transfer System"), conforme parecer da Comissão Científica do MIETE;

3 - Este curso é uma das atividades da parceria LIETEC-MIETE, em consonância com o ACORDO DE COOPERAÇÃO ENTRE A UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS E A UNIVERSIDADE DO PORTO, Processo Administrativo No.23112.003845/2009-89, assinado em 28/01/2015 pela UFSCar e em 12/02/2015 pela UPorto, conforme informações obtidas junto à SRInter;

4 - A equipe de trabalho terá a assessoria dos seguintes colegas da Universidade do Porto os quais contribuirão com os protocolos e metodologias de todo o processo de ensino-aprendizagem: Prof.Dr.João José da Cunha e Silva Pinto Ferreira (Professor Associado) e Profa.Dra. Maria Alexandra Neves Soares dos Reis Torgal Lobo Xavier (Professora Assistente Convidado), ambos do Departamento de Engenharia e Gestão Industrial, credenciados no MIETE/UPorto;

5 - O coordenador desta proposta está à frente de todas as disciplinas, sendo responsável por parte de seus conteúdos, sempre em parceria com os demais membros da equipe de trabalho.

**LIETEC:** <http://www.educacaofisica.ufscar.br/pesquisa/grupos-de-estudo/InnovationLab>

**MIETE/UPorto:** <https://paginas.fe.up.pt/~miete/>

**ECTS:** [https://ec.europa.eu/education/resources-and-tools/european-credit-transfer-and-accumulation-system-ects\\_pt](https://ec.europa.eu/education/resources-and-tools/european-credit-transfer-and-accumulation-system-ects_pt)

# 4. Apresentação e Justificativa

## RELEVÂNCIA ACADÊMICA E SOCIAL

O curso consiste na transferência de conhecimentos para o público alvo, nos seguintes temas: introdução ao empreendedorismo, desenvolvimento de novos produtos e serviços, gestão de marketing, introdução à contabilidade e finanças, identificação e avaliação de oportunidades, e direito das empresas de base tecnológica.

Filosoficamente, este curso está alinhado com a proposta do LIETEC-UFSCar, que é um laboratório de pesquisa que foi concebido para promover a inovação e o empreendedorismo com equipes multidisciplinares. Conceitualmente, a relevância acadêmica do curso está baseada em duas revoluções acadêmicas: a primeira, que trata da incorporação da pesquisa ao ensino; a segunda, que reconhece a importância da capitalização do conhecimento nos ambientes de uma universidade empreendedora, como é a UFSCar. Sua relevância social está intimamente ligada à formação continuada dos profissionais para atuarem como transformadores e multiplicadores dos conceitos do empreendedorismo tecnológico cujas técnicas a serem abordadas no curso, na concepção de “mãos na massa”, devam ser aplicadas às ações do empreendedorismo social.

O ecossistema de inovação de São Carlos é favorecido pelos diversos ambientes públicos e privados (ParqTec/SciencePark, Instituto Inova/Parque EcoDahma, ONOVOLAB, USP, UFSCar) os quais tem possibilitado às empresas a facilidade de acesso por profissionais mais bem qualificados de maneira a atender as demandas do mercado quanto à qualidade e produtividade. Em contrapartida, verifica-se uma escassez de profissionais devidamente qualificados no mercado de trabalho que consiga suprir a atual e futura demanda. Se no mercado esse é o quadro que se apresenta, o LIETEC como grupo de estudos e pesquisa do coordenador desta proposta, tem buscado uma mudança de paradigma no ambiente acadêmico, potencializando a interação mais estreita entre a pesquisa e o mercado, a universidade com as empresas.

## 4. Apresentação e Justificativa

### OBJETIVOS

O objetivo principal é favorecer a criação de um ambiente descontraído, com desafios a serem trabalhados em equipes multiprofissionais e heterogêneas, com grande potencial de exposição de diferentes estilos de pensamento, promovendo o que é chamado de destruição criativa que, gerenciado adequadamente, aumentará consideravelmente o potencial de inovação de cada pessoa em suas respectivas áreas de atuação.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1- disponibilizar ferramentas e conhecimentos necessários à capacitação de profissionais que desejam melhorar e inovar em sua atuação no mercado de trabalho;
- 2- favorecer o confronto de ideias, métodos e técnicas que permitam a realização de diagnósticos, intervenções, planejamento e proposição de projetos inovadores nas mais diversas áreas;
- 3- disponibilizar conhecimento técnico-científico por meio de atividades que favoreçam a confrontação de ideias e a solução de problemas.

### OUTRAS INFORMAÇÕES PERTINENTES

A capacitação dos profissionais será realizada por meio de 6 (seis) disciplinas, com 42 horas-aula:

- 1- Introdução ao Empreendedorismo
- 2- Gestão de Marketing
- 3- Introdução à Contabilidade e Finanças
- 4- Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços
- 5- Projeto de Identificação e Avaliação de Oportunidades (sem conversão ao ECTS)
- 6- Direito das Empresas

**COORDENAÇÃO GERAL:** Prof.Dr. José Marques Novo Júnior

**SUPERVISÃO E APOIO TÉCNICO-CIENTÍFICO:** Prof.Dr. João José Pinto Ferreira (Coordenador do MIETE, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto) e Profª.Dra. Maria Alexandra Neves Soares dos Reis Torgal Lobo Xavier.

### DURAÇÃO E CARGA HORÁRIA:

252 horas-aula, distribuídas aos sábados, não consecutivos, das 8h00 às 17h00, com 1 hora de almoço. Cada disciplina terá, aproximadamente, encontros presenciais em 3 (três) finais de semana consecutivos ou não, a depender da metodologia e necessidade de integração entre os conteúdos.

## 4. Apresentação e Justificativa

Vale ressaltar que, dependendo das circunstâncias e/ou imprevistos e/ou necessidades de agenda, as aulas presenciais poderão ocorrer para além dos dias informados em cada disciplina. No entanto, conforme perfil das turmas e estratégias didático-pedagógicas, os dias do mês poderão ser redefinidos, havendo intersecção e reordenamento das disciplinas no sentido de potencializar o aprendizado, sempre em consonância com os participantes.

Todas as aulas serão presenciais. Por outro lado, é prevista a participação de professores externos à UFSCar os quais poderão administrar suas aulas/palestras por vídeo-conferência no caso da impossibilidade de deslocamento até a cidade de São Carlos. Nesse caso, sempre com a presença dos responsáveis e/ou do coordenador geral em sala de aula. Ressalta-se que estes professores e profissionais externos à UFSCar não fazem parte da equipe de trabalho (à exceção do Prof. René/FGV) devendo participar como palestrantes em determinados temas de interesse em cada disciplina.

A avaliação será baseada na frequência (participação efetiva nas atividades práticas em sala de aula), exercícios em aula e de campo e projeto final de cada disciplina.

Ao final será fornecido um certificado de conclusão para aqueles que tiverem, no mínimo, 75% de frequência.



# 5. Equipe de Trabalho

## **MEMBROS DA UFSCAR**

ANDREI APARECIDO DE ALBUQUERQUE (DEP) – Coordenador de disciplina

PATRICIA VILLAR MARTINS (Agência de Inovação)

ANA LUCIA VITALE TORKOMIAN (DEP)

MARTA CRISTINA MARJOTTA MAISTRO (DTAiSeR-Ar) – Coordenador de disciplina

RAFAEL VIDAL AROCA (DC)

JOSE MARQUES NOVO JÚNIOR (DEFMH) – Coordenador Geral

HERICK FERNANDO MORALLES (DEP) – Coordenador de disciplina

MARIO OTAVIO BATALHA (DEP) – Coordenador de disciplina

MURILLO RODRIGO PETRUCELLI HOMEM (DC)

ADRIANA ESTELA SANJUAN MONTEBELLO (DTAiSeR-Ar)

JERONIMO ALVES DOS SANTOS (DTAiSeR-Ar)

DANIEL BRAATZ ANTUNES DE ALMEIDA MOURA (DEP) – Coordenador de disciplina

## **MEMBRO EXTERNO**

RENÊ JOSÉ RODRIGUES FERNANDES

(Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios – CENN/FGV)

## **ASSESSORIA EXTERNA**

(Departamento de Engenharia e Gestão Industrial da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto):

Prof.Dr.João José da Cunha e Silva Pinto Ferreira

(coordenador do MIETE/UPorto)

Profa.Dra. Maria Alexandra Neves Soares dos Reis Torgal Lobo Xavier

# 6. Disciplinas

## INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

### I-Objetivos de aprendizagem:

Compreender e analisar o fenômeno do empreendedorismo e o modo de pensar, de raciocinar e de agir do empreendedor. Aprender a aplicar diferentes métodos para gerar produtos e serviços inovadores. Capacitar-se para interagir efetivamente com o inventor e/ou com a equipe de pesquisa.

### II-Conteúdos programáticos:

- 1.O que é inovação? O que é Empreendedorismo?
- 2.O Poder do Empreendedorismo.
- 3.O Processo Empreendedor e o "Mind-set" do empreendedor - Estudos de Caso
- 4.Reconhecimento da Oportunidade e a sua formatação e reformatação: a Multiplicação de ideias. A sua ideia é oportunidade?
- 5.Introdução ao conceito de modelo de negócio (Ontologia do Modelo de Negócio e outros modelos)
6. Inovação "Trend-Driven"
7. Estratégias de inovação "User-driven": "Design Thinking", "Lean Start-up", "Lead User Method"
- 8.Abordagens práticas para a interação entre o empreendedor e o Inventor / Equipe de Investigação no processo de comercialização de tecnologia.
- 9."Technology Push": Metodologia "Technology-Product-Market" (TPM).
- 10.T-Plan - Metodologia de "Road-mapping"

## 6. Disciplinas

### III-Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas presenciais ocorrerão somente aos sábados, o dia todo. Todas as disciplinas terão, inicialmente, a apresentação de conceitos e, em seguida, exercícios práticos. A dinâmica das aulas serão balizadas pelo método PBL (Problem Based Learning) e conforme perfil dos alunos, desafios a serem resolvidos em grupos e apresentados à turma. Palestrantes externos serão convidados para ministrarem determinados temas bem como para transmitir o seu conhecimento e experiência na área de atuação profissional. A avaliação será somativa, ou seja, realizada ao longo da disciplina, sem prova final. Em geral, serão executados trabalhos em equipe (máximo de 4 alunos) fora da sala de aula (trabalho de campo) bem como de síntese, em sala de aula, com discussão com todos os alunos. Será considerado apto à aprovação ao aluno que tiver pelo menos 75% de presença e ter realizado todas as tarefas sugeridas durante a disciplina. Serão consideradas para cada crédito ECTS, o equivalente a 27 horas-aula. Nesta disciplina, temos 42 horas-aula presenciais, com 6 créditos ECTS, compostos da seguinte maneira: 30 horas para os estudos individuais, 30 horas pela frequência nas aulas, 50 horas pelos trabalhos desenvolvidos em equipe fora da sala de aula e 50 horas pelos trabalhos de pesquisa, também desenvolvidos em equipe.

### IV-Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- 1-Execução das tarefas propostas e desafios
- 2-Interação entre os alunos
- 3-Qualidade dos trabalhos apresentados e das pesquisas realizadas
- 4-Usos corretos das ferramentas e conceitos na prática

### V- Bibliografia:

- Bygrave, W.D., -1937. The portable MBA in entrepreneurship. 2. ed. New York: John Wiley, c1997. 510 p. (Portable MBA Series). ISBN 0-471-16078-4.
- Dornelas, José Carlos Assis; TIMMONS, Jeffrey A.; ZACHARAKIS, Andrew; SPINELLI, Stephen. (2008). Planos de negócios que dão certo: um guia para pequenas empresas. Rio de Janeiro: Elsevier, 194 p. ISBN 978-85-352-2710-9.
- Porto, Geciane Silveira (Org.) (2013) Gestão da inovação e empreendedorismo. 1ª.edição – Rio de Janeiro, Elsevier, 472p., ISBN: 9788535272741.

## 6. Disciplinas

### **DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS**

#### **I-Objetivos de aprendizagem:**

Como gerar confiança em suas próprias habilidades para criar novos produtos/serviços. Como aumentar a conscientização sobre o comportamento do consumidor (e demais partes interessadas) e de suas múltiplas funções na criação de um novo produto. Como desenvolver a capacidade de coordenar tarefas múltiplas e interdisciplinares, de modo a atingir um objetivo comum. Como melhorar as habilidades de trabalho da equipe. Como aprender a gerenciar um projeto de desenvolvimento de um produto.

#### **II-Conteúdos programáticos:**

- 1-Introdução ao conteúdo do curso e metodologia de ensino
- 2-Processos de desenvolvimento de produto/serviço e organização
- 3-O planejamento estratégico do produto e serviço. Identificação de oportunidades
- 4-Identificar e compreender as necessidades dos clientes
- 5-Tradução das necessidades dos clientes em especificações do produto/serviço
- 6-Geração de conceitos de produto/serviço
- 7-Teste de Conceito e seleção
- 8-Arquitetura de produto
- 9-Gestão do desenvolvimento de produto/serviço em contextos de incerteza
- 10- Tecnologias de prototipagem.
- 11- Gestão de Programas e Portfólios de Projetos
- 12- Discussão de casos estudo e artigos de revistas

## 6. Disciplinas

### III-Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas presenciais ocorrerão somente aos sábados, o dia todo. Todas as disciplinas terão, inicialmente, a apresentação de conceitos e, em seguida, exercícios práticos. A dinâmica das aulas serão balizadas pelo método PBL (Problem Based Learning) e conforme perfil dos alunos, desafios a serem resolvidos em grupos e apresentados à turma. Palestrantes externos serão convidados para ministrarem determinados temas bem como para transmitir o seu conhecimento e experiência na área de atuação profissional. A avaliação será somativa, ou seja, realizada ao longo da disciplina, sem prova final. Em geral, serão executados trabalhos em equipe (máximo de 4 alunos) em sala de aula, com discussão com todos os alunos. Será considerado apto à aprovação ao aluno que tiver pelo menos 75% de presença e ter realizado todas as tarefas sugeridas durante a disciplina. Serão consideradas para cada crédito ECTS, o equivalente a 27 horas-aula. Nesta disciplina, temos 42 horas-aula presenciais, com 6 créditos ECTS, compostos da seguinte maneira: 30 horas para os estudos individuais, 30 horas pela frequência nas aulas, 50 horas pelos trabalhos desenvolvidos em equipe fora da sala de aula e 50 horas pelos trabalhos de pesquisa, também desenvolvidos em equipe.

### IV-Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- 1-Execução das tarefas propostas e desafios
- 2-Interação entre os alunos
- 3-Qualidade dos trabalhos apresentados e das pesquisas realizadas
- 4-Uso correto das ferramentas e conceitos na prática

### V- Bibliografia:

BAXTER, Mike. Projeto do produto: guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011. 342 p. : il., tabs. ISBN 9788521206149.

## 6. Disciplinas

LIN, Chih Cheng; MELO FILHO, Leonel Del Rey De. QFD: desdobramento da função qualidade na gestão de desenvolvimento de produtos. São Paulo: Blücher, 2007. 539 p. ISBN 978-85-212-0413-8.

ROZENFELD, Henrique; FORCELLINI, Fernando Antônio; AMARAL, Daniel Capaldo; TOLEDO, José Carlos de; SILVA, Sergio Luis Da; ALLIPRANDINI, Dário Henrique; SCALICE, Régis Kovacs. Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006. 542 p. ISBN 85-02-05446-5.

### DIREITO DAS EMPRESAS

#### I-Objetivos de aprendizagem:

Estudo dos principais mecanismos jurídicos existentes para a conformação e a prossecução de um plano de negócios ajustado à realidade brasileira, de uma empresa na área da inovação tecnológica.

#### II-Conteúdos programáticos:

##### PARTE I: Introdução

- Os principais atores no mercado
- A empresa e o acesso à atividade comercial
- Meios de promoção da atividade comercial no mercado

##### PARTE II: O contrato como instrumento privilegiado de promoção da atividade comercial e suas especificidades no setor da inovação e empreendedorismo tecnológico

- O contrato de longa duração e a volatilidade do setor da inovação tecnológica: incompletude e oportunismo
- Princípios gerais de direito dos contratos
- Negociação e formação de contratos de inovação
- Cláusulas típicas de proteção contra a volatilidade do mercado
- Modos de cessação dos contratos

##### PARTE III: A sociedade comercial como estrutura de organização alternativa ao contrato

- Tipos de sociedades comerciais, em especial a sociedade por quotas e a sociedade anônima
- Constituição e organização das sociedades comerciais

##### PARTE IV: As relações laborais no seio da empresa

- Elementos e características do contrato de trabalho e distinção face ao contrato de prestação de serviços
- Principais direitos e deveres do trabalhador
- Principais direitos e deveres da entidade empregadora
- A cessação do contrato de trabalho

## 6. Disciplinas

### **PARTE V: O regime jurídico da concorrência e a propriedade intelectual**

- Noções fundamentais de direito da concorrência
- Proteção da inovação através do direito de autor
- Proteção da inovação através do direito da propriedade industrial, em especial as patentes de invenção e as marcas.

### **III-Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

As aulas presenciais ocorrerão somente aos sábados, o dia todo. Todas as disciplinas terão, inicialmente, a apresentação de conceitos e, em seguida, exercícios práticos. A dinâmica das aulas serão balizadas pelo método PBL (Problem Based Learning) e conforme perfil dos alunos, desafios a serem resolvidos em grupos e apresentados à turma. Palestrantes externos serão convidados para ministrarem determinados temas bem como para transmitir o seu conhecimento e experiência na área de atuação profissional. A avaliação será somativa, ou seja, realizada ao longo da disciplina, sem prova final. Em geral, serão executados trabalhos em equipe (máximo de 4 alunos) em sala de aula, com discussão com todos os alunos. Será considerado apto à aprovação ao aluno que tiver pelo menos 75% de presença e ter realizado todas as tarefas sugeridas durante a disciplina. Serão consideradas para cada crédito ECTS, o equivalente a 27 horas-aula. Nesta disciplina, temos 42 horas-aula presenciais, com 6 créditos ECTS, compostos da seguinte maneira: 30 horas para os estudos individuais, 30 horas pela frequência nas aulas, 50 horas pelos trabalhos desenvolvidos em equipe fora da sala de aula e 50 horas pelos trabalhos de pesquisa, também desenvolvidos em equipe.

### **IV-Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

- 1-Execução das tarefas propostas e desafios
- 2-Interação entre os alunos
- 3-Qualidade dos trabalhos apresentados e das pesquisas realizadas
- 4-Uso correto das ferramentas e conceitos na prática

### **V- Bibliografia:**

Observação: As referências a seguir tem como base a legislação brasileira, tanto em relação às leis trabalhistas como à organização das empresas, incluindo as Empresas de Base Tecnológica. Qualquer publicação externa é abordada à luz da lei brasileira de inovação.

## 6. Disciplinas

BNDES: <http://bndes.gov.br/wps/portal/site/home>

BLANCHARD, O. Macroeconomia. 4ªed. 2007. São Paulo: Pearson. 602p.

BROWNING, E. K.; ZUPAN, M. A. Microeconomia. Teoria e aplicações. Rio de Janeiro: LTC. 2004. 430p.

BUSSENGANG, Jeffrey. Mastering the VC game: a venture capital insider reveals how to get from start-up to IPO on your terms. New York: Portfolio, 2011.

DE NEGRI, J. A.; KUBOTA, L. C. Políticas de Incentivo à Inovação Tecnológica no Brasil. Brasília, Ipea, 2008. Disponível em: [http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5569](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=5569).

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para o mundo em transformação. 1 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

FIGUEIREDO, P. N. Gestão da Inovação: conceitos, métricas e experiências de empresas no Brasil. 2 ed. Rio de Janeiro. LTC, 2015.

FINEP: <http://www.finep.gov.br/>

FELD, Brad; MENDELSON; Jason. Venture deals: be smarter than your lawyer and venture capitalist. 2ª ed., Hoboken: John Wiley & Sons, 2013.

RIES, Eric. The lean startup. New York: Crown Business, 2011.

HASHIMOTO, M. BORGES, C. Empreendedorismo: plano de negócios em 40 lições. 1º ed. São Paulo. Saraiva, 2014.

HASHIMOTO, M.; LOPES, R. M. A.; ANDREASSI, T.; NASSIF, V. M. J. Práticas de Empreendedorismo: casos e plano de negócios. Rio de Janeiro. Campus/Elsevier, 2012.

JÚDICE, Lucas Pimenta; NYBO, Erik Fontenele (coord.). Direito das Startups. Curitiba: Juruá, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A (org). Administração do processo de inovação tecnológica. São Paulo: Atlas, 1980. 384p.

MANUAL de Oslo, 3ª edição, tradução FINEP: <https://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>

McGUIGAN, J. R.; MOYER, R. C.; HARRIS, F. H. deB. Economia de Empresas. Aplicações, Estratégia e Táticas. São Paulo: Thomsom. 2004. 446p.

MCTIC: <http://www.mctic.gov.br/portal>

MELLO, Patrícia Alencar Silva. A arquitetura jurídico-institucional de um ambiente de inovação brasileiro: o Parque Tecnológico de São José dos Campos. 2015. 167 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Escola de Direito de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2015.



## 6. Disciplinas

MENDES, J. Empreendedorismo 360º: a prática na prática. 3º ed. São Paulo: Atlas, 2017.

OLIVEIRA, J. F. de.; CORDEIRO, M. P.; SANTOS, S. A. dos. (orgs). Economia para administradores. São Paulo: Saraiva. 2006. 432p.

PIMENTEL, A. Tudo o que você precisa saber sobre economia para conquistar o sucesso financeiro. São Paulo: Universo dos Livros Editora Ltda. 2007. 155p.

ROSSETTI, J. P. Introdução á economia. 21º ed. São Paulo: Atlas. 2016. 992p.

STEINAR, J. E.; CASSIM, M. B.; ROBAZZI, A.C. Parques Tecnológicos: Ambientes de Inovação. IEA – Universidade de São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.iea.usp.br/publicacoes/textos/steiner cassim robazzi parque tec.pdf>

VASCONCELOS, M. A. S. de. Economia: Micro e Macro. 6º ed. São Paulo: Atlas. 2015. 461p.

### **GESTÃO DE MARKETING**

#### **I-Objetivos de aprendizagem:**

Utilizar os conhecimentos de marketing para permitir ao empreendedor a construção de empreendimentos de sucesso. Os estudantes deverão ser capazes de, ao final da disciplina, avaliarem a atratividade de um segmento de mercado e formularem um plano de marketing estratégico e operacional adequado ao padrão concorrencial deste mercado.

#### **II-Conteúdos programáticos:**

- 1.Fundamentos de marketing: os conceitos de base.
- 2.Marketing estratégico
- 3.O composto de marketing
- 4.Comportamento do consumidor
- 5.Segmentação de mercado
- 6.Plano de marketing
- 7.Marketing e inovação: os novos desafios
- 8.Conceito de marketing, importância do marketing, diferenças entre marketing estratégico e operacional,
- 9.O planejamento estratégico de marketing: formulação, implementação e controle
- 10.Desenvolvendo os 4 P's do marketing: produto, preço, promoção/publicidade e ponto de venda
- 11.Teorias de comportamento do consumidor. Modelos de comportamento do consumidor.

## 6. Disciplinas

12. Critérios de segmentação de mercado. Análise interna e externa
13. Etapas da construção de um plano de marketing: do planejamento estratégico aos projetos de implementação de ações
14. Tendências para o marketing. Como inovações de produto, processo e gestão impactam a gestão do marketing.

### III- Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas presenciais ocorrerão somente aos sábados, o dia todo. Todas as disciplinas terão, inicialmente, a apresentação de conceitos e, em seguida, exercícios práticos. A dinâmica das aulas serão balizadas pelo método PBL (Problem Based Learning) e conforme perfil dos alunos, desafios a serem resolvidos em grupos e apresentados à turma. Palestrantes externos serão convidados para ministrarem determinados temas bem como para transmitir o seu conhecimento e experiência na área de atuação profissional. A avaliação será somativa, ou seja, realizada ao longo da disciplina, sem prova final. Em geral, serão executados trabalhos em equipe (máximo de 4 alunos) em sala de aula, com discussão com todos os alunos. Será considerado apto à aprovação ao aluno que tiver pelo menos 75% de presença e ter realizado todas as tarefas sugeridas durante a disciplina. Serão consideradas para cada crédito ECTS, o equivalente a 27 horas-aula. Nesta disciplina, temos 42 horas-aula presenciais, com 6 créditos ECTS, compostos da seguinte maneira: 30 horas para os estudos individuais, 30 horas pela frequência nas aulas, 50 horas pelos trabalhos desenvolvidos em equipe fora da sala de aula e 50 horas pelos trabalhos de pesquisa, também desenvolvidos em equipe.

### IV- Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- 1- Execução das tarefas propostas e desafios
- 2- Interação entre os alunos
- 3- Qualidade dos trabalhos apresentados e das pesquisas realizadas
- 4- Uso correto das ferramentas e conceitos na prática

### V- Bibliografia:

- KOTLER, P. and KELLER, K. Marketing Management: 14th Ed., Pearson/Prentice Hall: 2012.
- KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIWAN, I.. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

## 6. Disciplinas

DIBB, S., Simkin, L., PRIDE, W. e FERRELL, O., Marketing ? Concepts and Strategies, (European Edition, 5th) Boston, MA: Houghton Mifflin. 2005.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER J. Paul. Marketing: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2010.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O comportamento do consumidor. 4ªed. São Paulo: Cengage Learning, 2010

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas. São Paulo: Atlas, 2010

### INTRODUÇÃO À CONTABILIDADE E FINANÇAS

#### I-Objetivos de aprendizagem:

Instrumentar os alunos com uma série de habilidades e ferramentas que permitam elaborar e interpretar diferentes relatórios financeiros elaborados pelo contador, base de toda a análise econômica e financeira como também parte do processo de tomada de decisões. Familiarizar os estudantes com as técnicas de análise financeira que possibilita o diagnóstico da empresa com base em informações financeiras.

#### II-Conteúdos programáticos:

1-Contabilidade:

- Conceitos introdutórios
- Demonstrações financeiras: balanço, demonstração de resultados, demonstração de fluxos de caixa, demonstração de alterações no capital próprio.

2-Análise financeira:

- Análise patrimonial de equilíbrio financeiro
- Análise de liquidez, solvabilidade e capacidade de endividamento

3-Análise de rentabilidade

#### III-Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas presenciais ocorrerão somente aos sábados, o dia todo. Todas as disciplinas terão, inicialmente, a apresentação de conceitos e, em seguida, exercícios práticos. A dinâmica das aulas serão balizadas pelo método PBL (Problem Based Learning) e conforme perfil dos alunos, desafios a serem resolvidos em grupos e apresentados à turma. Palestrantes externos serão convidados para ministrarem determinados temas bem como para transmitir o seu conhecimento e experiência na área de atuação profissional. A avaliação será somativa, ou seja, realizada ao longo da disciplina, sem prova final. Em geral, serão executados trabalhos em equipe

## 6. Disciplinas

(máximo de 4 alunos) em sala de aula, com discussão com todos os alunos. Será considerado apto à aprovação ao aluno que tiver pelo menos 75% de presença e ter realizado todas as tarefas sugeridas durante a disciplina. Serão consideradas para cada crédito ECTS, o equivalente a 27 horas-aula. Nesta disciplina, temos 42 horas-aula presenciais, com 6 créditos ECTS, compostos da seguinte maneira: 30 horas para os estudos individuais, 30 horas pela frequência nas aulas, 50 horas pelos trabalhos desenvolvidos em equipe fora da sala de aula e 50 horas pelos trabalhos de pesquisa, também desenvolvidos em equipe.

### **IV-Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

- 1-Execução das tarefas propostas e desafios
- 2-Interação entre os alunos
- 3-Qualidade dos trabalhos apresentados e das pesquisas realizadas
- 4-Uso correto das ferramentas e conceitos na prática

### **V- Bibliografia:**

ASSAF NETO, Alexandre. Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro: comércio e serviços, indústrias, bancos comerciais e múltiplos: livro de exercícios. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 117 p. ISBN 978-85-224-6786-0.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. Princípios de administração financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2010. 775 p. ISBN 9788576053323.

IUDÍCIBUS, Sérgio de (Coord.). Contabilidade introdutória. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 335 p. ISBN 9788522458158.

MARION, José Carlos. Contabilidade básica. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 269 p. ISBN 9788522455928.

MATARAZZO, Dante Carmine. Análise financeira de balanços: abordagem gerencial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 371 p. ISBN 9788522456925.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey F. Administração financeira. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 776 p. : il., tabs. ISBN 9788522429424.

## 6. Disciplinas

### PROJETO DE IDENTIFICAÇÃO E AVALIAÇÃO DE OPORTUNIDADES

(sem conversão ao ECTS)

#### I-Objetivos de aprendizagem:

Gerar conceitos de produto ou serviço que tenham potencial para determinado segmento de mercado. Reconhecer uma oportunidade para a valorização da tecnologia. Executar um estudo de viabilidade técnica, econômica, comercial e de impacto ambiental e social (EVTECIAS).

#### II-Conteúdos programáticos:

Estudo de viabilidade:

1. Implementação da metodologia Lean Startup.
2. Descrição do Projeto: Identificação e exploração de cenários de negócio (prototipagem do modelo de negócio), definir o projeto e cenários alternativos, relação com a área geográfica circundante.
3. Viabilidade de Mercado: Descrição Indústria, a competitividade da indústria, potencial de mercado, o acesso aos mercados, a projeção de vendas.
4. Primeira abordagem à Viabilidade Técnica: "roadmap" de desenvolvimento do produto (tecnologias, parceiros e recursos).
5. Redigir o EVTECIAS.

#### III-Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas presenciais ocorrerão somente aos sábados, o dia todo. Todas as disciplinas terão, inicialmente, a apresentação de conceitos e, em seguida, exercícios práticos. A dinâmica das aulas serão balizadas pelo método PBL (Problem Based Learning) e conforme perfil dos alunos, desafios a serem resolvidos em grupos e apresentados à turma. Palestrantes externos serão convidados para ministrarem determinados temas bem como para transmitir o seu conhecimento e experiência na área de atuação profissional. A avaliação será somativa, ou seja, realizada ao longo da disciplina, sem prova final. Em geral, serão executados trabalhos em equipe (máximo de 4 alunos) em sala de aula, com discussão com todos os alunos. Será considerado apto à aprovação ao aluno que tiver pelo menos 75% de presença e ter realizado todas as tarefas sugeridas durante a disciplina. Excepcionalmente, esta disciplina não terá a validação de créditos no sistema ECTS.

## 6. Disciplinas

### IV-Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- 1-Execução das tarefas propostas e desafios
- 2-Interação entre os alunos
- 3-Qualidade dos trabalhos apresentados e das pesquisas realizadas
- 4-Uso correto das ferramentas e conceitos na prática

### V- Bibliografia:

FERRARI, Fernanda Menezes. Análise da gestão do conhecimento no processo de desenvolvimento de produto: aplicação na indústria brasileira de autopeças. São Carlos, SP, 2002. 155 p.

HIGHSMITH, Jim. Gerenciamento ágil de projeto: criando produtos inovadores. 2. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012. 387 p. (O Desenvolvimento Ágil de Softwares). ISBN 978-85-7608-629-1.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: EdUSP, 2008. 366 p. : il., tabs. ISBN 9788531407314.

PINHEIRO, Larissa Maria Prisco. Aplicação da abordagem lean no processo de desenvolvimento de produto em empresas industriais brasileiras. São Carlos, SP, 2014. 125 p.

ROZENFELD, Henrique; FORCELLINI, Fernando Antônio; AMARAL, Daniel Capaldo; TOLEDO, José Carlos de; SILVA, Sergio Luis Da; ALLIPRANDINI, Dário Henrique; SCALICE, Régis Kovacs. Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006. 542 p. ISBN 85-02-05446-5.

# 7. Redes Sociais



# 8. Realizações

Departamento de Educação Física e Motricidade Humana e  
Laboratório de Inovação e Empreendedorismo Tecnológico



**Educação  
Física**  
UFSCar



# 9. Apoio Institucional

Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal de São Carlos



# 10. Parceiro Acadêmico Internacional

Mestrado Acadêmico em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico da Universidade do Porto



**MIETE** MESTRADO EM INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO TECNOLÓGICO