



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
PLANO DE ENSINO



Nome do Componente Curricular em português: Tópicos em Gestão Estratégica		Código: ENP524
Nome do Componente Curricular em inglês: Topics in Strategic Management		
Nome e sigla do departamento: Departamento de Engenharia de Produção - DEENP		Unidade acadêmica: ICEA
Nome das docentes: Alana Deusilan Sester Pereira e Isabela Carvalho de Morais		
Carga horária semestral 60 horas	Carga horária semanal teórica 04 horas/aula	Carga horária semanal prática ---
Data de aprovação na assembleia departamental: 21/12/2020		
Ementa: Estratégias de negócios. Estratégias orientadas por dados e a informação. Conhecimento Organizacional. Inovação e difusão da inovação. Gestão estratégica da inovação e tecnologia. Desenvolvimento de produto no contexto da estratégia de negócio. Gestão da inovação e a relação com o consumidor e o mercado. Conceito e evolução do marketing. Comportamento do consumidor. Cultura de Consumo.		
Conteúdo programático:		
1. Gestão de estratégias de negócios com base em objetivos organizacionais e o alinhamento estratégico de TI: 1.1. Planejamento e decisões estratégicas. 1.2. A Tecnologia da Informação como diferencial estratégico nas organizações. 1.3. Noções de monitoramento ambiental informacional. 1.4. Contextualização do atual ambiente de negócios: Indústria 4.0 (definições; tecnologias habilitadoras da Indústria 4.0; cases e benefícios esperados com a aplicação das tecnologias).		
2. A organização orientada por dados e fundamentos teóricos da informação 2.1. Inteligência de Negócios (BI). 2.2. Big Data: definição e fundamentos do Big Data; 2.3. Estratégia de Informação: fundamentos teóricos da informação 2.4. Introdução à Gestão da Informação: modelos de Gestão da Informação do ponto de vista estratégico e diagnóstico de usos da informação.		
3. Conhecimento Organizacional 3.1. Fundamentos, Diagnóstico e Mapeamento de Conhecimento Crítico. 3.2. Contextualização e nivelamento de conceitos sobre Gestão do Conhecimento. 3.3. Modelos de Gestão do Conhecimento. 3.4. Principais práticas de Gestão do Conhecimento. 3.5. Definição de indicadores para mensuração de resultados.		
4. Gestão da Inovação 4.1. Introdução à Inovação. Fundamentação teórica. Ciência, tecnologia e inovação. 4.2. Modos e modelos de inovação. Tipos de inovação. 4.3. Áreas de estudo sobre inovação. Cultura e ambiente para inovação. 4.4. Estratégias de inovação. 4.5. Cadeia de valor da inovação.		
5. Cultura de Consumo 5.1. O campo da cultura de consumo e a pesquisa interpretativista;		



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
PLANO DE ENSINO



5.2. A evolução dos significados de consumo;
5.3. Consumo e identidade; Cultural branding; Cultura, classe social e gosto; Rituais de consumo; Tribos e comunidades; Marcas, comunicação, raça e etnia; Institucionalização de mercados; Formas alternativas de mercado e consumo; Globalização de mercados; O masculino e o feminino nas marcas.
5.4. Geração de Ideias. Modelos de conversão de ideias em produtos.

Objetivos:

A disciplina aborda os conceitos, contribuições e estratégias do processo de transformação de dados em conhecimentos que auxiliem o processo de inovação das organizações. Enfoca, ainda, o desenvolvimento de competências para implantação de uma gestão do conhecimento capaz de utilizar a teoria de cultura de consumo para impulsionar resultados para a inovação.

Metodologia:

Serão realizadas as seguintes atividades:

1. Aulas síncronas realizadas no Google Meet;
2. Slides ou vídeos que abrangem o conteúdo programático disponibilizados na plataforma Moodle;
3. Exercícios individuais ou em dupla entregues pelos alunos via plataforma Moodle, para acompanhamento do aprendizado e aferição de frequência pelo professora conforme cronograma para a entrega;
4. Leitura de textos e artigos científicos;
5. Avaliação final: elaboração de artigo (em dupla);
6. Discussões por meio de fóruns na plataforma Moodle.
7. Esclarecimentos de dúvidas serão feitos pelo e-mail: alana@ufop.edu.br e isabela.morais@ufop.edu.br, pela plataforma Moodle ou encontros síncronos de atendimentos previamente agendados.

Recursos para o estudo:

Para cursar a disciplina, os alunos precisam ter acesso a um dispositivo móvel (Smartphone ou Tablet) ou computador (Notebook ou Computador desktop).

Atividades avaliativas:

Horário de Aula

Dia da semana	Horário
Segunda-feira	18h50 às 20h30
Quarta-feira	18h50 às 20h30

Horário de Atendimento

Dia da semana	Horário	Sala
Quarta-feira	18h10 às 19h10	online



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
PLANO DE ENSINO



Critérios de Avaliação			
Descrição da avaliação	Peso da avaliação (%)	Data	Conteúdo avaliado
Participação e discussões	20%	Ao longo do semestre	Participação nas aulas síncronas. Aqueles que, por algum motivo, não puderem participar das aulas síncronas, poderão fazer uma atividade relativa àquela aula.
Roteiros de Atividades (leitura de artigos, lista de exercícios e análise de Casos)	40%	Datas especificadas abaixo no plano de atividades	Conteúdo estudado nas aulas.
Seleção do artigo	20%	24/02/2021 01/03/2021	Conteúdo estudado nas aulas.
Trabalho Final	20%	19/04/2021	Avaliação conjunta final do trabalho
Exame Especial**	100%	26/04/2021	Conteúdo de todo o semestre

Observações:
O conteúdo a ser avaliado será explicitado durante a primeira aula do curso. O planejamento pode ser alterado de acordo com as necessidades da turma e o andamento da disciplina.
*Todas as atividades disponibilizadas no Moodle serão monitoradas pelas professoras da disciplina. A nota desta avaliação será dada de acordo com a participação individual dos alunos.
O exame especial será realizado por meio de arguição **oral de todo o conteúdo da disciplina.

Cronograma: Planejamento das Aulas (sujeito a mudanças no decorrer do semestre)					
Aula	Data	Conteúdo Previsto	Síncrono/ Assíncrono	Formato	Prof.
1	18/01/21	Apresentação da disciplina: objetivo, plano de curso, conteúdo, trabalhos, avaliação. Apresentação dos alunos e das professoras	síncrona	Google Meet (gravado)	I / A
2	20/01/21	Módulo I: Gestão de estratégias de negócios com base em objetivos organizacionais e o alinhamento estratégico de TI. //Roteiro "Atividade 01"	assíncrono	Material digital no Moodle	A
3	25/01/21	Planejamento e decisões estratégicas. A Tecnologia da Informação como diferencial estratégico nas organizações.	assíncrono	Material digital no Moodle	A
4	27/01/21	Noções de monitoramento ambiental informacional. Capacidades Dinâmicas	assíncrono	Material digital no Moodle	A



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
PLANO DE ENSINO



5	01/02/21	Indústria 4.0 <i>//Roteiro "Atividade 02"</i>	assíncrono	Material digital no Moodle	A
6	03/02/21	Contextualização do atual ambiente de negócios: Indústria 4.0 (definições; tecnologias habilitadoras da Indústria 4.0.	assíncrono	Material digital no Moodle	A
7	08/02/21	Módulo II: A organização orientada por dados e fundamentos teóricos da informação <i>//Roteiro: "Atividade 03"</i>	assíncrono	Material digital no Moodle	A
8	10/02/21	Inteligência de Negócios (BI). Big Data: definição e fundamentos do Big Data.	assíncrono	Material digital no Moodle	A
9	15/02/21	<i>//Feriado</i>	-	-	-
10	17/02/21	<i>//Feriado</i>	-	-	-
11	22/02/21	Estratégia de Informação: fundamentos teóricos da informação. Introdução à Gestão da Informação: modelos de Gestão da Informação do ponto de vista estratégico e diagnóstico de usos da informação. <i>//Roteiro: "Atividade 04"</i>	assíncrono	Material digital no Moodle	A
12	24/02/21	Envio do trabalho (questões sobre um artigo selecionado)	assíncrono	Postar no Moodle	aluno
13	01/03/21	Apresentação do artigo selecionado (cada aluno deve fazer uma apresentação rápida - 5 a 10 minutos - sobre o artigo relacionando-o com o tema da sua dissertação)	síncrono	Google Meet (gravado)	aluno
14	03/03/21	Módulo III: Conhecimento Organizacional: Fundamentos, Diagnóstico e Mapeamento de Conhecimento Crítico. <i>//Roteiro: "Atividade 05"</i>	assíncrono	Material digital no Moodle	A
15	08/03/21	Contextualização e nivelamento de conceitos sobre Gestão do Conhecimento. Modelos de Gestão do Conhecimento. Principais práticas de Gestão do Conhecimento. Definição de indicadores para mensuração de resultados. <i>//Roteiro: "Atividade 06"</i> .	assíncrono	Material digital no Moodle	A
16	10/03/21	Módulo IV: Gestão da Inovação: Introdução à Inovação. Fundamentação teórica.	síncrona	Google Meet (gravado)	I
17	15/03/21	Ciência, tecnologia e inovação.	assíncrono	doc online	I



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
PLANO DE ENSINO



18	17/03/21	Modos e modelos de inovação. Tipos de inovação. Áreas de estudo sobre inovação. Cultura e ambiente para inovação. Estratégias de inovação. Cadeia de valor da inovação. //Leitura/discussão dos artigos.	assíncrono	doc online	I
19	22/03/21	Gestão da inovação. O consumidor no processo de inovação.	assíncrono	doc online	I
20	24/03/21	Módulo V: Cultura de Consumo: O campo da cultura de consumo e a pesquisa interpretativista.	assíncrono	síncrona	I
21	29/03/21	A evolução dos significados de consumo; Consumo e identidade; Cultural branding.	assíncrono	doc online	I
22	31/03/21	Cultura, classe social e gosto; Rituais de consumo;	assíncrono	doc online	I
23	05/04/21	Tribos e comunidades; Marcas, comunicação, raça e etnia; Institucionalização de mercados; Formas alternativas de mercado e consumo.	assíncrono	doc online	I
24	07/04/21	Globalização de mercados; O masculino e o feminino nas marcas.	assíncrono	doc online	I
25	12/04/21	Geração de Ideias. Modelos de conversão de ideias em produtos	assíncrono	doc online	I
26	14/04/21	Aula fechamento. Roda de conversa sobre os temas diversos que foram apresentados.	síncrona	Google Meet (gravado)	I / A
27	19/04/21	Entrega do relatório completo do trabalho e apresentação do trabalho.	síncrona	Google Meet (gravado)	aluno
28	21/04.21	//Feriado	-	-	-
28	26/04/21	Exame especial (oral)	síncrona	Google Meet (gravado)	aluno
30	28/04/21	- Esclarecimento de dúvidas sobre a correção do Exame especial.	síncrona	Google Meet (gravado)	A

Atenção: No planejamento acima, cada "aula" corresponde a 2 horas de atividade



Bibliografia Virtual:

1. KERZNER, Harold. **Gerenciamento de projetos: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle-2a Edição** . Editora Blucher, 2015. (MINHAUFOP - E-BOOKS BVIRTUAL PEARSON)
2. DE SORDI, J. O. **ADMINISTRAÇÃO DA INFORMAÇÃO-Fundamentos e práticas para uma nova gestão do conhecimento** . Saraiva Educação SA, 2017. (MINHAUFOP - E-BOOKS MINHA BIBLIOTECA).
3. NONAKA, I. TAKEUCHI, H. (orgs) **Gestão do Conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008. (MINHAUFOP - E-BOOKS MINHA BIBLIOTECA)
4. VIEIRA, R. **Gestão do Conhecimento – Introdução e Áreas Afins**. Editora Interciência. Rio de Janeiro, 2016. (MINHAUFOP - E-BOOKS BVIRTUAL PEARSON)
5. CARVALHO, F.C.A. **Gestão do Conhecimento**. Editora Pearson. 1a Edição. São Paulo, 2012. (MINHAUFOP - E-BOOKS BVIRTUAL PEARSON)
6. ALVARENGA NETO, R. C. **Gestão do conhecimento em organizações: proposta de mapeamento conceitual integrativo** . São Paulo: Sairava, 2008. (MINHAUFOP - E-BOOKS MINHA BIBLIOTECA)

Bibliografia básica:

1. ROZENFELD, Henrique; FORCELLINI, Fernando Antônio; AMARAL, Daniel Capaldo.
2. **Gestão de Desenvolvimento de Produtos**: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006. 542 p. link no Minha Biblioteca (acesso pelo minhaufop): <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502111868/cfi/0!/4/2@100:0.00>
3. BAXTER, M. (2011). **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. Editora Blucher. link no Minha Biblioteca (acesso pelo minhaufop): <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521214380/cfi/0!/4/4@100:0.00>
4. TROTT, P. J. (2012). **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. Bookman Editora. link no Minha Biblioteca (acesso pelo minhaufop): <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701663/cfi/0!/4/4@0.00:62.6>
5. BEAL, A. **Gestão Estratégica da Informação** : como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004. ISBN: 85-224-3764-5.
6. DAVENPORT, T. H. **Big Data No Trabalho - Derrubando Mitos e Descobrendo Oportunidades** . Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
7. NONAKA, I. TAKEUCHI, H. (orgs) **Gestão do Conhecimento** . Porto Alegre: Bookman, 2008.
8. ARNOULD, Eric; THOMPSON, Craig (Ed.). **Consumer Culture Theory** . Routledge, 2018.
9. CHRISTENSEN, C. M. **O dilema da inovação** : quando as novas tecnologias levam empresas ao fracasso. M. Books Editora, 2019.
9. COOPER, R. G. **Produtos que dão certo** . Saraiva Educação SA, 2017.



Bibliografia complementar:

1. BATISTA, F. et al. Gestão do Conhecimento na Administração Pública. Texto para discussão n. 1095. Brasília: IPEA, 2005.
2. DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. Conhecimento Empresarial, Como Organizar e Gerenciar o Seu Capital Intelectual: Método e Aplicações. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
3. GORDON, S. R.; GORDON, J. R. Sistemas de Informação: Uma abordagem Gerencial. 3a ed., Rio de Janeiro: LTC, 2006.
4. MAYER-SCHÖNBERGER, V; CUKIER, K. BIG DATA: Como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana. Rio de Janeiro: Campus, 2013.
5. O'REILLY, Media. Big Data Now: 2012 Edition. EUA: O'Reilly Media, 2012.
6. PORTER, M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. EUA: Free Press, 1998.
7. PROBST, G.; RAUB, S.; ROMHARDT, K. Gestão do conhecimento, os elementos construtivos do sucesso, Porto Alegre, Bookman, 2002.
8. STEVAN JR, S. L; LEME, M. O. SANTOS, M. M. D. Indústria 4.0 - Fundamentos, Perspectivas e Aplicações. São Paulo: Editora Érica, 2018.
9. TAURION, C. Big Data. São Paulo: Brasport, 2013.
10. TURBAN, E.; RAINER R. K.; POTTER R. E. Administração de tecnologia da informação: teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
11. BROWN, T., & KATZ, B. (2011). Change by design. Journal of product innovation management, 28 (3), 381-383.
12. BROWN, T. (2009). Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society. Collins Business.
13. ØSTERGAARD, P. & JANTZEN, C. (2000). Shifting perspectives in consumer research: from buyer behaviour to consumption studies. In: Beckmann, S. and R. Elliott (eds.) **Interpretive consumer research. Paradigms, methodologies and applications**. Copenhagen: Copenhagen Business School Press. pp 9-24.
14. ARNOULD, E. J., & THOMPSON, C. J. (2005), Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research, **Journal of Consumer Research**, vol. 31 (4), 868-881.
15. HOLT, D. B. (1995), How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices, **Journal of Consumer Research**, vol. 22 (1), 1-16.
16. COOPER, R. G.; EDGETT, S. J.; KLEINSCHMIDT, E. J. Optimizing the stage-gate process: what best practice companies are doing. **Research-Technology Management**, v. 45, n. 5, p. 21-27, 2002.
17. NDOZUAU, F. N.; PIRNAY, F.; SURLEMONT, B. A stage model of academic spin-off creation. *Technovation*, v. 22, n. 5; p. 281-289, 2002.
18. BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. FGV Editora, 2006.
19. BELK, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. **Journal of Consumer Research**, 15(2), 139-168.
20. FONTENELLE, I. A. **Cultura do consumo**: fundamentos e formas contemporâneas. Editora FGV, 2017.

Link do minhaufop: <http://minhaufop.ufop.br> > Entrar em Biblioteca digital.

Link da biblioteca: <http://200.239.128.190/pergamum/biblioteca/index.php>