



ufscar

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
UFSCAR - SÃO CARLOS



INFORMAÇÃO, TECNOLOGIA & INOVAÇÃO PARA NEGÓCIOS

Prof. Dr. Rogério Aparecido Sá Ramalho
Profa. Dra. Marilde Terezinha P. Santos

PROPOSTA DO CURSO

O ITI MBA foi concebido a partir de uma **Proposta Pedagógica Inovadora** baseada em um formato híbrido que harmoniza atividades presenciais e virtuais, fundamentadas no modelo de Educação a Distância (EaD) da UFSCar.

Resultado de parcerias estabelecidas por Pesquisadores da **UFSCar** com **Profissionais de destaque** em empresas da área de Tecnologia da Informação, e Pesquisadores de outras **Renomadas Instituições de Ensino** nacionais e internacionais, o curso objetiva **capacitar e instrumentalizar profissionais que visam desenvolver produtos e serviços inovadores.**

Diferente de cursos convencionais o ITI não é estruturado em disciplinas isoladas e sim em **Componentes Curriculares inter-relacionados**, favorecendo uma maior **integração** entre os conteúdos e **aplicabilidade em projetos reais**, a partir do uso de **cases de mercado** para proporcionar situações de aprendizagem.

Todos os Componentes Curriculares são ministrados por **dois Professores**, um **pesquisador acadêmico** e um **profissional de mercado** que possua reconhecida experiência acerca do conteúdo abordado, tendo como foco o estudo de iniciativas que possuam como matéria prima principal **Informação, Tecnologia e Inovação para Negócios**, proporcionando uma **formação ampla**, com **respaldo acadêmico**, e alinhada com as **perspectivas de mercado.**



ESTRUTURA CURRICULAR

O curso é estruturado em 15 (quinze) Componentes Curriculares inter-relacionados, agrupados em 3 (três) módulos temáticos: **Informação, Tecnologia e Inovação**. Cada um dos módulos é formado por 5 (cinco) Componentes interdisciplinares que se complementam e favorecem o desenvolvimento de **soft skills**.

Os componentes curriculares fornecem subsídios para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que consiste no desenvolvimento de um **Projeto de Inovação**, direcionado para um contexto de **aplicação real**, que irá conduzir a aprendizagem desde o início do curso e contribuir para uma maior articulação entre os Componentes Curriculares e as **demandas de mercado**.



DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS

Transformação Digital e Futuro dos Negócios
Dados, Informação e Inovação
Planejamento Estratégico para a Inovação
Gerenciamento Ágil de Projetos
Gestão Disruptiva de Pessoas

TECNOLOGIA

Data Science e Big Data
Data Mining
Business Intelligence
IoT e Data Analytics
Machine Learning e Deep Learning

INOVAÇÃO

Gestão da Inovação
Design Thinking e Criatividade
Modelos de Negócios e Inovação
Compliance e Cultura Organizacional
Inovação em Marketing Digital

PROJETO DE INOVAÇÃO



DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS

Transformação Digital e Futuro dos Negócios

Características de uma organização, mudanças e oportunidades. Cenários e incertezas nos novos cenários. Modelagem e a construção de percepção de processos. Níveis tecnológicos e o mercado. Impactos: econômico, cultural, social e ambiental. Paradigmas e a necessidade de mudanças. Perspectivas e preparação para o futuro.

Dados, Informação e Inovação

Identificação de padrões em dados históricos para realizar previsões de tendências. Visualização de informações, visualização científica e análise visual. Dado, informação e conhecimento. Ciclo de vida dos dados. Modelagem e abstração do real. Construindo cenários e utilizando novas ferramentas para dados. Diagnósticos e simulações. Buscando e avaliando oportunidades e novos caminhos.

Planejamento Estratégico para a Inovação

Inovação como vantagem competitiva e a importância do planejamento da organização para a inovação. Ferramentas para o planejamento estratégico: uso da Matriz SWOT, Business Model Canvas, Project Model Canvas, Mínimo Produto Viável (MVP). Indicadores de inovação: a importância das métricas e da visão organizacional. Formas de cooperação/interação institucional (licenciamento, consórcios, parcerias estratégicas, joint venture, redes). Como elaborar um Plano de inovação.

DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS

Gerenciamento Ágil de Projetos

Introdução à gestão de projetos, processos de gerenciamento do PMBOK, gestão de riscos e técnicas tradicionais de estimativas. Conceitos introdutórios da gestão ágil de projetos, fundamentos das abordagens ágeis, introdução a APM - Agile Project Management e visão geral das metodologias ágeis Detalhamento do framework Scrum. Propósito do planejamento de projetos, abordagem ágil de como realizar estimativas, comparação com as medidas tradicionais, planejamento de iterações e acompanhamento das estimativas. Conceitos fundamentais do Lean e os princípios que compõem a metodologia. Visão geral sobre o Kanban. Práticas de liderança ágil. Análise comparativa das metodologias, abordagem de maturidade com agilidade, análise de divergências e concordâncias, experiências práticas e lições aprendidas. Práticas de negociação e atitudes gerenciais. Impactos da onda digital e seus desdobramentos nas organizações.

Gestão Disruptiva de Pessoas

Abordagem das competências; Estratégia competência organizacional; Gestão de pessoas por competências; Modelagem de processos de trabalho; Métodos e técnicas para o mapeamento de competências; Desenvolvimento de competências; Avaliação de desempenho; Análise de redes sociais; Certificação de competências.

DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

TECNOLOGIA

Data Science e Big Data

Como se integram Big Data e Data Science? O que é Big Data? 3 V ou 5V? O que é Data Science? O processo de Data Science. Ferramentas e Aplicações de Data Science: Data Mining, BI, IoT, Data Analytics, Machine Learning e Deep Learning.

Data Mining em Data Science

Abordagem prática com o R em todos os assuntos: Introdução: A nova onda Big Data, Data Science. Aonde está data mining? O que é? Para que serve? Quais tipos de tarefas? Pré-processamento: diagramas para a seleção dos dados e tarefas de mineração (dispersão, caixa, histograma, nuvem), discretização, detecção e tratamento de anomalias, amostragem e normalização; Classificação: árvores de decisão, naive bayes, algoritmos genéticos, redes neurais; Agrupamento: métodos particionais, hierárquicos e baseados em densidade; Correlação: Covariância, Person Correlation, Spearman's Correlation; Regras de associação: Associação booleana, associação quantitativa, associação temporal; Detecção de fraudes: Aplicação em conjunto das técnicas anteriores; Perfil do usuário: Aplicação em conjunto das técnicas anteriores.

Business Intelligence

Como utilizar Business Intelligence para antecipar problemas e agir proativamente na análise de negócios; Processo de inteligência competitiva; Fonte e inteligência e coleta de dados; Técnicas de processamento e análise; Disseminação da IC; Tecnologias aplicadas a IC; Noções de inteligência de marketing.

DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

TECNOLOGIA

IoT e Data Analytics

Introdução: definição, aplicações, arquiteturas e protocolos; Coleta, transmissão e fusão de dados de sensores; Plataformas de IoT e Data Analytics; Aplicações de IoT: IoT na indústria, Smart Homes, tecnologias vestíveis.

Machine Learning e Deep Learning

Noções gerais de Inteligência Artificial, Tipos de Aprendizado de Máquina e abordagens supervisionada, não supervisionada e semi-supervisionada. Deep Learning: Introdução às Redes Neurais Artificiais; Redes Neurais Profundas; Principais tipos de Redes Neurais Profundas.

DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

INOVAÇÃO

Gestão da Inovação

Ciência, Tecnologia e Inovação: A importância dos conceitos e os papéis dos diferentes atores nas políticas de desenvolvimento tecnológico nacional; Propriedade Intelectual e a necessidade de integração com a estratégia de mercado das organizações; Transferência de Tecnologia/ Know How e a relação com o desenvolvimento do empreendedorismo e/ou aquisições de startups; Inovação e o Desenvolvimento Organizacional Sustentável (com enfoque Triple Bottom Line, ou tripé da sustentabilidade); Gestão do Conhecimento e Aprendizagem Organizacional para o aumento da competitividade das empresas.

Design Thinking e User Experience

Princípios, conceitos e vertentes de User Experience (UX) considerando a diversidade de clientes; Técnicas de design e avaliação de usabilidade de sistemas: Personas, guidelines, rapid prototyping – baixa fidelidade, Avaliação Heurística e Testes com Usuário; Técnicas de design e avaliação de acessibilidade de sistemas: guidelines, rapid prototyping – média fidelidade, Avaliação Simplificada de Acessibilidade, Avaliações semi automáticas.

Compliance e Cultura Organizacional

Ambiente organizacional e informacional; Cultura organizacional e informacional; Cultura informacional e sua influência na gestão da informação e do conhecimento; Fatores culturais que influenciam as atividades organizacionais; Princípios e aspectos históricos da Compliance; Compliance e ética.

DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

INOVAÇÃO

Modelo de Negócios e Inovação

Identificação de oportunidades; Inovação e seus conceitos; Abordagens para inovação; Inovação incremental e de ruptura; Planos de negócio e modelos de negócio; Modelos Canvas e BMG (Business Model Generation); Planos de ação; Pitch; Fontes de financiamento públicas e privadas para startups; Propriedade intelectual e sua proteção; Patentes; Contratos e licenciamento de tecnologias; Estudos de caso; Ferramentas de prototipagem rápida para construir protótipos de produtos: Arduino, Impressão 3D e App Inventor.

Inovação em Marketing Digital

Transformação Digital e a Indústria 4.0; Conceitos de Inovação: Produto, Serviços, Processos e Marketing; Informação para Tomada de Decisão - Inteligência Estratégica; Introdução ao marketing: marketing estratégico e operacional; Análise do ambiente de marketing; Pesquisa de mercado em marketing; Comportamento do consumidor; Segmentação e posicionamento; O mix de marketing: preço, estratégia de produto e marca, comunicação e promoção comercial, distribuição gerenciamento de canais; Marketing na era digital: integrando estratégias offline e online; Ferramentas de marketing digital: SEM / SEO; Marketing de Conteúdo e Redes Sociais; Plano de marketing.

Projeto de Inovação

Principais características e estruturas de um Projeto de Inovação. Fontes de Fomento para projetos de inovação tecnológica nas empresas. Avaliação dos Projetos de Inovação: A importância das parcerias estratégicas. Formação de equipe multidisciplinar e a gestão de projetos inovadores. Tempo e sua relação com o sucesso dos projetos de inovação.

CARGA HORÁRIA

A carga horária total do curso é de **550 horas**, distribuídas em um **formato híbrido** que harmoniza atividades presenciais e virtuais. Os encontros presenciais/síncronos são realizados **aos sábados, uma vez por mês**, no início e término de cada componente curricular, com **transmissão ao vivo**, proporcionando a oportunidade de expansão de **network**, a partir da interação com renomados **profissionais do mercado**, e o desenvolvimento de **dinâmicas** com o objetivo de sistematizar os conteúdos abordados.

A duração do curso é **18 meses**, sendo desejado o comprometimento de aproximadamente **5 horas semanais** dos cursistas para a realização das atividades virtuais. Em cada um dos componentes curriculares está previsto 8 horas presenciais e 22 horas EaD. Desde o início do curso a aprendizagem é direcionada para o **desenvolvimento do Projeto de Inovação** (com carga horária total de 100 horas), em cada um dos módulos está prevista a realização de 10% do Projeto de Inovação e após a finalização dos três módulos o cursista terá o prazo máximo de 3 meses para a conclusão e defesa do Projeto de Inovação, que será avaliado por uma **banca composta por profissionais de mercado e acadêmicos**.

Distribuição da Carga Horária Total

Componentes Curriculares -----	450 horas
Projeto de Inovação (TCC) -----	100 horas
Carga Horária Total -----	550 horas

Distribuição da Carga Horária do Trabalho de Conclusão de Curso

Módulo Informação para Negócios -----	10 horas
Módulo Tecnologia -----	10 horas
Módulo Inovação -----	10 horas
Preparação para a Defesa do TCC -----	70 horas



COORDENAÇÃO DO CURSO

Com o objetivo de proporcionar uma **ampla formação**, com **respaldo acadêmico** e alinhada com as **perspectivas de mercado**, desde sua concepção o curso tem como premissa principal uma **abordagem colaborativa** e de construção coletiva do conhecimento. Assim, a coordenação do curso é compartilhada por 7 (sete) membros, que representam as **instituições envolvidas**, e possuem formações e trajetórias profissionais diversificadas:



Rogério Aparecido Sá Ramalho
Coordenação Geral
UFSCar



Daniel Palis
Coordenação de Mercado
Módulo de Informação para Negócios
Calina Marketing Digital



Ricardo Cesar Gonçalves Sant'Ana
Coordenação Acadêmica
Módulo de Informação para Negócios
UNESP



Carlos P. Lopes Filho
Coordenação de Mercado
Módulo Tecnologia
Raccoon Marketing Digital



Marilde Terezinha Prado Santos
Coordenação Acadêmica
Módulo de Tecnologia
UFSCar



Luiz Fernando Ruocco
Coordenação de Mercado
Módulo de Inovação
Rocky Marketing Digital



Nanci Gardim
Coordenação Acadêmica
Módulo de Inovação
SENAI - SP



PARA CADA COMPONENTE CURRICULAR, UMA DUPLA DE PROFESSORES

Fundamentado no modelo de dupla docência, os componentes curriculares são ministrados por dois professores, sendo um professor Doutor da UFSCar, ou de outra renomada instituição de ensino, e um professor convidado, escolhido especialmente por ser um dos maiores especialistas do mercado dentro do conteúdo abordado, favorecendo o equilíbrio entre as práticas de mercado e a visão acadêmica. A seguir, exemplos dos docentes responsáveis por alguns dos Componentes Curriculares em cada um dos 3 (três) módulos do curso:



Fernando Aguilar Cervants
Digital Strategist
Natura

COMPONENTE CURRICULAR: DADOS, INFORMAÇÃO E INOVAÇÃO



Ricardo Cesar Gonçalves Sant'Ana
Coordenação Acadêmica
Módulo de Informação para Negócios
UNESP



Neto Marin
Senior Developer Advocate
Google

COMPONENTE CURRICULAR: IOT E DATA ANALYTICS



Diego Furtado Silva
Doutor em Ciência da Computação e
Matemática Computacional - USP
UFSCar



Leonardo Araújo Lima
Sócio e Diretor de Tecnologia e Inbound
Raccoon

COMPONENTE CURRICULAR: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA INOVAÇÃO



Nanci Gardim
Innovation Specialist
SENAI SP



NOSSO TIME

Alessandro Zito Gomes	SERASA EXPERIAN
Alex Bertoldi	BERTOLDI & NAGAO
Ana Carolina Simionato Arakaki	UFSCar
Carlos Lopes Filho	RACCOON
Carlos Schmiedel	PREDIFY
Daniel Palis	CALINA
Dener Lopes	SPREAD
Diego Furtado Silva	UFSCar
Eduardo Soldera	ARQUIVEI
Elaine da Silva	UFSCar
Fernando Aguilar Cervantes	NATURA
Francisco Carlos Paletta	USP
Franco Lamping	NUBANK
Heloisa de Arruda Camargo	UFSCar
Januário Albino Nhacuongue	UFSCar
José Antonio Moreira González	UC3M – Espanha
Leandro Innocentini Lopes de Faria	UFSCar
Leonardo Araújo Lima	RACCOON
Luis Borges Gouveia	UFP - PORTUGAL
Luiz Fernando Ruocco	ROCKY
Marcela Xavier Ribeiro	UFSCar
Marcos Teruo Ouchi	GROKMAKER
Marilde Terezinha Prado Santos	UFSCar
Marta Lúgia Pomim Valentim	UNESP
Mateus Quelhas	ACE ACELERATECH
Nanci Gardim	SENAI-SP
Neto Marin	GOOGLE
Paulo Martins	LATAM
Pedro Paro	Humanizadas
Rafael Vidal Aroca	UFSCar
Renata C. Gutierrez Castanha	AMBEV
Ricardo Gonçalves Sant'ana	UNESP
Rogério Aparecido Sá Ramalho	UFSCar
Roniberto Morato do Amaral	UFSCar
Thiago Christof	WAVY
Vania Paula de Almeida Neris	UFSCar



METODOLOGIA DE ENSINO E APRENDIZAGEM

O curso foi concebido a partir da utilização de metodologias ativas de resolução de problemas, baseado em um formato híbrido, que harmonizam atividades presenciais e virtuais, fundamentadas no modelo de Educação a Distância (EaD) da UFSCar:

As atividades presenciais privilegiarão discussões, compartilhamento de informações, dinâmicas colaborativas e interações em grupo e com profissionais de destaque no mercado;

As atividades virtuais serão realizadas com base em diferentes tipos de mídias (textos, vídeos, podcasts, infográficos) e participação em fóruns de discussão e tarefas interativas pautados em princípios da gamificação tais como: ciclos avaliativos em diferentes níveis de frequência e feedback, trajetória personalizada e engajamento por meio de missões e desafios, equilibrados e coerentes com os objetivos educacionais do curso.

As atividades avaliativas serão predominantemente desenvolvidas no Componente Integrador de cada módulo, ministrado por membros da coordenação do curso, fundamentadas no modelo de avaliação por competências, possuem como objetivo sistematizar os conteúdos estudados e direcionar sua aplicação em situações práticas.

Ao final de cada módulo é realizada uma avaliação baseada em cases de mercado, analisando a participação de cada cursista. Para a aprovação é considerado o caráter somativo das avaliações cuja média mínima para aprovação é de 70%.

Além disso, a frequência mínima exigida é de 75% de participação nas atividades, conforme normas da UFSCar.



PROCESSO SELETIVO E MATRÍCULA

Por se tratar de um curso com um **número limitado de vagas**, e buscando o alinhamento dos cursistas com o perfil do público alvo esperado, é realizado um **processo seletivo** baseado na **análise de perfil** dos candidatos interessados. As informações enviadas pelo candidato e o resultado do processo seletivo serão mantidas em caráter confidencial e divulgadas somente ao e-mail cadastrado. O tempo estimado para a análise de perfil é de aproximadamente 48h úteis, o processo seletivo é fundamentado em 4 (quatro) etapas:

1

Pré-matrícula

Disponível no site: www.iti.mba

2

Análise do Perfil do Candidato

Caso o candidato atenda a todos os critérios definidos e possua o perfil almejado para o curso, de acordo com o número de vagas disponíveis, sua aprovação no processo seletivo será validada, cabendo o cumprimento das exigências da etapa 4 para efetivação da matrícula. Nesta etapa a coordenação de curso poderá entrar em contato solicitando o agendamento de uma entrevista (presencial ou remota) e envio de documentos complementares.

3

Aprovação

Em caso de aprovação, o candidato receberá um e-mail com as informações para a criação do plano financeiro e efetivação da matrícula.

4

Matrícula

Esta etapa consiste na escolha do plano financeiro, pagamento e envio da documentação obrigatória:

- formulário de matrícula;
- comprovante de pagamento da Taxa de Matrícula;
- cópia do diploma de ensino superior e do respectivo histórico escolar;
- cópia da carteira de motorista ou documento de identidade e CPF;



INVESTIMENTO

A segunda turma do MBA ITI está prevista para iniciar em **Agosto de 2020**, aproveite as condições especiais para matrículas antecipadas.

Até 31/07/2020

- 1ª Opção: R\$ 16.800,00 à vista.
- 2ª Opção: Matrícula de R\$ 700,00 + 18 mensalidades de R\$ 920,00.
- 3ª Opção: Matrícula de R\$ 700,00 + 24 mensalidades de R\$ 740,00.

Até 10/08/2020

- 1ª Opção: R\$ 17.500,00 à vista.
- 2ª Opção: Matrícula de R\$ 700,00 + 18 mensalidades de R\$ 1029,00.
- 3ª Opção: Matrícula de R\$ 700,00 + 24 mensalidades de R\$ 845,00.

Descontos Especiais

para Grupos e Empresas Parceiras!



BOLSAS DE ESTUDO

Serão oferecidas bolsas de estudos, numa proporção de até 10% das matrículas efetivadas (pagantes), a serem distribuídas considerando os seguintes critérios:

50% do total de bolsas será destinado para ampla concorrência e os outros **50%** para servidores integrantes do quadro de pessoal permanente da UFSCar;

É necessário o pagamento da taxa de matrícula para participar do processo seletivo de bolsas, a isenção desta taxa será analisada apenas em casos excepcionais e de acordo com disponibilidade de vagas;

Os candidatos a bolsa deverão preencher o formulário eletrônico, indicado para esta finalidade, e enviar a documentação dentro do prazo solicitado;

O processo de seleção de bolsas será realizado considerando as justificativas apresentadas e o alinhamento dos candidatos com o perfil do público alvo do curso.





“A união da Solidez Acadêmica da UFSCar e o know how de renomados especialistas do mercado”



CONTATO

**WWW.ITI.MBA
(16) 99778-9400
ITI@UFSCAR.MBA**