

ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO: ASPECTOS GERAIS

CONTEXTO EDUCACIONAL

A FIAP está inserida na Grande São Paulo, a maior e mais importante região metropolitana do Brasil, com quase 20 milhões de habitantes, distribuídos em 38 municípios em intenso processo de evolução tecnológica. De acordo com o IBGE (2010), a região metropolitana de SP é o maior polo de riqueza nacional. A metrópole concentra a maioria das sedes brasileiras dos mais importantes complexos industriais, comerciais e principalmente financeiros. Esses fenômenos fizeram surgir e fixar na cidade uma série de serviços sofisticados, definidos pela dependência da circulação de informações. A região exibe um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 450 bilhões. São Paulo seria a 36ª economia mundial, se fosse um país. Sua economia é maior que a de países como Portugal (US\$ 229 bilhões), Finlândia (US\$ 237 bilhões) e Hong Kong (US\$ 224 bilhões).

A inserção das tecnologias no mundo do trabalho e o aumento das demandas por soluções envolvendo análise de dados tem levado a um considerável aumento na procura por formação específica da área de Business Intelligence & Analytics. O profissional de Análise de Dados tem um campo de trabalho crescente porque as empresas têm utilizado o grande volume de dados disponíveis para agilizar o processo de Tomada de Decisões, Big Data, Inteligência Artificial, Técnicas e Modelagem estatística aplicada ao mundo dos negócios.

Este curso está, portanto, adequado ao mercado de trabalho regional e ao perfil das organizações empregadoras. As condições econômicas e sociais de São Paulo são indicadores positivos para a existência de uma instituição de ensino como a FIAP e especificamente para a proposição do MBA em Business Intelligence & Analytics.

De acordo com um estudo da Frost & Sullivan, o mercado brasileiro de BI, Analytics e Big Data deve alcançar um investimento da ordem de US\$ 965 milhões em 2018. O Gartner projeta que o mesmo mercado, mas em nível mundial, deve receber investimentos da ordem de US\$ 3,7 trilhões.

Segundo a Glassdor, em dezembro de 2018 a média mensal salarial de um Analista de Business Intelligence é de R\$ 5.488. Em funções gerenciais mais especializadas pode chegar a R\$ 46.323.

O objetivo do curso justifica-se, principalmente, na concepção da importância do grande volume de dados disponíveis em todas as organizações para que sejam analisados e melhorem a tomada de decisão corporativa, inclusive antecipando tendências e cenários. Este curso possui um viés puramente gerencial e leva o egresso a visualizar oportunidades de utilização dos dados para melhorar processos, análise e comparação de desempenho (KPIs), análises econômicas, gerenciais e riscos.

O curso propõe-se a contribuir com a qualificação dos profissionais da área de análise de dados, ampliando sua parcela de participação como agente transformador e reforçando seu comprometimento, principalmente, com a cidade de São Paulo e região metropolitana, mas expandindo sua atuação dentro e fora do Brasil.

A região metropolitana de SP é altamente industrializada, possuidora de forte atividade comercial e prestação de serviços. Sendo assim, necessita de mão de obra qualificada para o desempenho de funções na área de Análise de Dados.

Segundo o IBGE atualmente temos na capital uma população estimada em 11.967.825 de habitantes (2015), 599.084 Empresas Cadastradas, com 6.067.672 pessoas ocupadas e com um salário médio de 4,4 salários mínimos.

OBJETIVOS DO CURSO

OBJETIVO GERAL:

Capacitar o egresso para criar a estrutura de análise dos dados disponíveis na organização para melhorar o desempenho da empresa, medindo e acompanhando os resultados. Irá criar análises complexas, incluindo previsão, tendências e cenários futuros. Vinculará os processos de negócio com os dados disponíveis para aumentar a efetividade do uso dos dados na organização.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Formar gestores que saibam interpretar dados históricos e analisar tendências.
- Preparar os dados para permitir a análise e a sustentação do processo de tomada de decisão.
- Utilizar dados estruturados para criar uma base histórica sólida, permitindo a identificação de padrões, tendências e cenários.
- Incorporar técnicas, metodologias e processos como suporte para a área de inteligência de negócios.
- Utilizar dados históricos para criar modelos estatísticos permitindo o uso da Inteligência Artificial e o Machine Learning nos processos de negócio.
- Utilizar os dados disponíveis para criar indicadores gerenciais, financeiros, econômicos e para avaliar riscos.
- Disponibilizar dados corporativos utilizando recursos de georreferenciamento / geonálise.

PERFIL DO EGRESSO

O egresso será capaz de realizar Análise de Dados em suas diversas fontes corporativas, criar modelos estatísticos, aplicar técnicas de Inteligência Artificial e Machine Learning, criar um plano de negócios baseado nos dados disponíveis e estabelecer uma estratégia de integração de dados.

Poderá exercer as seguintes funções no mundo corporativo:

- Analista de Negócios
- Analista de Business Intelligence
- Analista de Inteligência Artificial
- Líder e Coordenador de Equipe de Analytics
- Gerente de Analytics

MERCADO DE TRABALHO

De acordo com um estudo da Frost & Sullivan, o mercado brasileiro de BI, Analytics e Big Data deve alcançar um investimento da ordem de US\$ 965 milhões em 2018. O Gartner projeta que o mesmo mercado, mas em nível mundial, deve receber investimentos da ordem de US\$ 3,7 trilhões.

Segundo a Glassdor, em dezembro de 2018 a média mensal salarial de um Analista de Business Intelligence é de R\$ 5.488. Em funções gerenciais mais especializadas pode chegar a R\$ 46.323.

METODOLOGIAS INOVADORAS

O programa combina conceitos e fundamentos do mundo corporativo com metodologias profissionais que vão mudar sua forma de capturar e interpretar dados.

Aprender na prática a tomar as melhores decisões financeiras, econômicas e de negócios em geral baseadas nos dados disponíveis na organização.

Testar seus conhecimentos em cases e situações reais de mercado, utilizando técnicas de aprendizagem baseadas em problemas reais (PBL).

Conhecer as principais ferramentas comerciais para Analytics.

Criar um projeto completo de BI & Analytics através de um Hackaton de Análise de Dados e Advanced Analytics.

MATRIZ CURRICULAR

Módulo I		Data Management & Customer Insights	104
Workshop de Abertura			8
Estratégias Corporativas para Liderança Analítica			20
Governança de Dados & Data Stewardship			20
Marketing e Presença Digital			20
Design Thinking & Customer Insights			16
Business Analytics & Competição Analítica			20
Módulo II		Data Analytics & Decision Making	120
Arquitetura de Dados para Tomada de Decisão			20
Análise Econômica e Finanças			24
Decision Models & Risk Management			24
Análise de Dados com Big Data			24
Estratégia para Integração de Dados			20
Hackaton de Análise de Dados			8
Módulo III		Advanced & Predictive Analytics	116
Exploração de Dados & Geoanálise			24
Linguagem Estatística			16
Tecnologias Cognitivas & Inteligência Artificial			20
Modelagem e Análise de Decisão			24
Data Mining e Análise Preditiva			24
Hackaton de Advanced Analytics			8
Módulo IV		Startup One	20
Empreendedorismo e Inovação			20

EMENTAS E BIBLIOGRAFIAS

Disciplina	Workshop de Abertura
Ementa	
Apresentar o curso (Welcome Class) e Dinâmica de Integração.	
Bibliografia Básica	
N.A.	
Bibliografia Complementar	
N.A.	

Disciplina	Estratégias Corporativas para Liderança Analítica
Ementa	
Insights sobre planejamento; Do planejamento à ação; Organização foco para o planejamento; Identificação de valores; Projeção da visão; Proposta de missão; Transformação da competição; Geração de valor; Escolha de uma estratégia; Matriz SWOT; Levantamento dos fatores de sucesso; Definição de objetivos estratégicos; Criação de projetos.	
Bibliografia Básica	
<p>CHAN, K. W. A. Estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.</p> <p>MAGRETTA, J. Entendendo Michael Porter: o guia essencial da competição e estratégia. São Paulo: HSM Editora, 2012.</p> <p>PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004: 2ª ed.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>COSTA, E. A. da. Gestão estratégica. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.</p> <p>HAMMER, M. Reengenharia: revolucionando a empresa em função dos clientes, da concorrência e das grandes mudanças da gerência. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1994.</p> <p>HUNTER, J. De volta ao mosteiro: o monge e o executivo falam de liderança e trabalho em equipe. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2014.</p> <p>KAPLAN, R. S. A estratégia em ação: balanced scorecard - Robert S. Kaplan, David P. Norton. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1997.</p>	

KOTLER, P. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Editora Futura, 1999.

Disciplina	Governança de Dados & Data Stewardship
Ementa	
Frameworks de Governança de Dados; A disponibilização, integração e rastreabilidade dos dados corporativos; Master Data Management; Metadados corporativo.	
Bibliografia Básica	
BERGSON, L. R. Gestão e Governança de Dados: promovendo dados como ativo de valor nas empresas. Rio Janeiro: Editora Brasport, 2013.	
FÁVERO, L. Manual de Análise de Dados. Rio Janeiro: Elsevier, 2017.	
MANSUR, R. Governança da nova TI: a revolução. Rio Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2013.	
.Bibliografia Complementar	
BLOK, M. Compliance e governança corporativa: atualizado de acordo com a Lei Anticorrupção Brasileira (Lei 12.846) e o Decreto-Lei 8.421/2015. Rio Janeiro: Freitas Bastos, 2017.	
GUERRA, S. A caixa-preta da governança. São Paulo: Best Business, 2017.	

Disciplina	Marketing & Presença Digital
Ementa	
CRM Analítico; Ferramentas para análise de resultados de campanhas; Business Analytics aplicado a Redes Sociais.	
Bibliografia Básica	
CAMM, J. D.et al. Business Analytics. São Paulo: Cengage Learning, 2018: 3ª ed.	
KOTLER, P. Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan; Marketing 4.0. Rio Janeiro: Editora Sextante, 2017	
TURCHI, S. R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce. São Paulo: Editora Atlas, 2018.	
Bibliografia Complementar	
DAVENPORT, T. H.; HARRIS, J. G.; MORISON, R. Analytics at work: smarter decisions, better results. Boston, MA: Harward Business Press, 2010.	
Vários Autores; Guia Completo. Marketing em Redes Sociais; Europa, 2015.	

Disciplina	Design Thinking & Customer Insights
Ementa	
Desenvolver a aptidão para lidar com problemas complexos e ampliar sua visão periférica; melhorar a experiência do cliente.; Aplicar técnicas para sistematizar criatividade; colaboração e experimentação; Validação de ideias através do feedback dos usuários; Refinação de ideias a partir da compreensão do negócio; Realizar exemplo aplicado num projeto corporativo.	
Bibliografia Básica	
BROWN, T. Design Thinking: Uma Metodologia Poderosa para Decretar o Fim das Velhas Ideias	
IDEO. Design Thinking for Educators. IDEO LLC, 2012. Disponível em: http://designthinkingforeducators.com/ .	
STICKDORN, M. et al. Isto é Design Thinking de serviços: fundamentos, ferramentas, casos. Porto Alegre: Bookman, 2014.	
Bibliografia Complementar	
MELO, A e ABELHEIRA, R. Design Thinking & Thinking Design: metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema. São Paulo: Editora Novatec, 2015.	
COUTINHO, A.; POYATOS, H.; e MENDES, M. Inove com Design Thinking. São Paulo: Fiap, 2016.	

Disciplina	Business Analytics & Competição Analítica
Ementa	
Apresentar a evolução do BI até os dias atuais e a diferenciação do BI Tradicional para o Business Analytics (BA); Compreender o panorama atual de tecnologias e fornecedores; Priorizar os requisitos estratégicos da empresa; Conhecer as melhores práticas de mercado na adoção de analytics; Conhecer as técnicas estatísticas utilizadas na competição analítica para solução de problemas.	
Bibliografia Básica	
HAIR JR, J. F; ANDERSON, R. E; TATHAM R. L.; BLACK, W.C. Análise Multivariada de Dados. Porto Alegre: Bookman Companhia Editora, 2005: 5ª ed.	
LARSON, R; FARBER, B. Estatística Aplicada. São Paulo, Pearson Universidades, 2015.	
MAHESHWARI, A. Data analytics made accessible. USA: eBook Kindle edition, 2019.	
Bibliografia Complementar	
MOORE, S.D.; MCCABE, G.P.; DUCKWORTH, W.M.; SCLOVE, S.S. Estatística Empresarial como usar dados para tomar decisões. Rio de Janeiro: LTC, 2006.	
REIS, D. Gestão da Inovação Tecnológica. São Paulo: Manole 2018: 2ª ed.	

--

Disciplina	Arquitetura de Dados para Tomada de Decisão
Ementa	Arquitetura de Dados Estruturados e Não Estruturados; Roadmap de Implantação do Data Warehouse e Evolução para Big Data; Arquitetura do Data Lake.
Bibliografia Básica	CARVALHO, L. e S. Ética no tratamento de dados e informações. 2009. SEVERSON, R. Ethical principles for the information age. USA: Routledge, 2015. SHENOY. A. Hadoop Explained, USA: Packt Publishing, 2014.
Bibliografia Complementar	CHAN, B. Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões. Rio de Janeiro: Campus, 2009. COUGO, P. Modelagem conceitual e projeto de bancos de dados. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2009. SADALAGE, P. J., FOWLER, M. NOSQL Essencial. São Paulo: Editora Novatec, 2013.

Disciplina	Análise Econômica e Finanças
Ementa	Orçamento Empresarial; Tomada de Decisão Empresarial; Avaliação do desempenho econômico e financeiro das empresas; Viabilidade Econômica e Financeira; Análise Setorial Estratégias Competitivas; Indicadores de Mercado.
Bibliografia Básica	GOMES, J. M. Elaboração E Análise de Viabilidade Econômica De Projetos: Tópicos Práticos de Finanças Para Gestores Não Financeiros. São Pauo: Editora Atlas; 2013. HOJI, M; DA LUZ, A. E. Gestão Financeira e Econômica. São Paulo: Editora Atlas, 2018. MEGLIORINI, E; VALLIN, M. A. Administração Financeira. São Paulo: Pearson 2018.
Bibliografia Complementar	LEMOS, F. Análise Técnica dos Mercados Financeiros. São Paulo: Editora Saraiva, 2018. MENEGHETTI NETO, A. Educação Financeira. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

Disciplina	Decision Models & Risk Management
Ementa	
<p>Requisitos de Qualidade para Decisões Empresariais; Criatividade e Viabilidade das Ações; Técnicas de Análise de Decisão; Análise Intuitiva, Sistemática e Baseada em Princípios; Matriz de Decisão; Monte Carlo; Árvore de Decisão; Análise de Cenários e Gestão de Risco; Prevenção e Perdas Financeiras; Otimização de Recursos e Processos.</p>	
Bibliografia Básica	
<p>BARALDI, P. Gerenciamento de Riscos Operacionais. São Paulo: Cia do eBook, 2018.</p> <p>FREITAS, M. A. S. Fundamentos do Gerenciamento de Serviços de TI. Rio Janeiro: Editora Braspopft, 2013.</p> <p>TRIFU, A. The decision making in risk and uncertainty conditions. USA: VDM Verlag, 2010.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>COVELLO, V. T; LAVE, L. B; MOGHISSI, A. Uncertainty in Risk Management and Decision Making. USA: Springer, 2012.</p> <p>KREYE, M. Uncertainty and Behaviour: Perceptions, Decisions and Actions in Business. London, UK: Routledge, 2016.</p>	

Disciplina	Análise de Dados com Big Data
Ementa	
<p>Conceito de Big Data Analytics; Técnicas de Análise de Dados Não Estruturados; Integração de Dados Estruturados e Não Estruturados.</p>	
Bibliografia Básica	
<p>ALCANTARA, L. K. de. Big Data e IoT: Desafios da Privacidade e da Proteção de Dados no Direito Digital. São Paulo: Bok2, 2017.</p> <p>BLOK, M. Compliance e governança corporativa: atualizado de acordo com a Lei Anticorrupção Brasileira (Lei 12.846) e o Decreto-Lei 8.421/2015. Rio Janeiro: Freitas Bastos, 2017.</p> <p>MACHADO, F. N. R. Big Data. O Futuro dos Dados e Aplicações. São Paulo: Editora Érica, 2018.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>GOMES, R. D. de P. Big Data. Rio Janeiro: Editora Lumen Juris, 2017.</p> <p>MARQUESONE, R. Big Data/Técnicas e tecnologias para extração de valor dos dados. São Paulo: Casa do Código, 2017.</p>	

Disciplina	Exploração de Dados & Geoanálise
Ementa	
Métodos e Conceitos de Visualização de Dados - Data Visualization; Storytelling; Dashboards; Geoanálise e Georeferenciamento; Principais ferramentas do mercado: Tableau, MicroStrategy e/ou SAS.	
Bibliografia Básica	
FISCHETTI, T. Data Analysis with R. USA: Packt Publishing, 2015.	
STEPHEN, C. Data Visualization for Human Perception. 2013	
WICKHAM, G; GROLEMUND, G. R for data science. USA: O'Reilly Media, 2017.	
Bibliografia Complementar	
MURRAY, D. Tableau Your Data Fast and Easy Visual Analysis with Tableau. USA: Wiley: 2013	
STEELE, J; ILIINSKY, N. Beautiful Visualization: Looking at Data through the Eyes of Experts. USA: O'Reilly Media, 2010.	

Disciplina	Hackaton de Análise de Dados
Ementa	
Experiência hands-on em formato Hackathon; Desenvolvimento de MVP Fast Prototyping.	
Bibliografia Básica	
N.A.	
Bibliografia Complementar	
N.A.	

Disciplina	Estratégia para Integração de Dados
Ementa	
Discutir os diferentes modelos de integração de dados em lote e em tempo real; Dados estruturados e não estruturados; SGBDs, NoSQLs, Big Data, Fast Data, ETL, Ingestão de Dados e APIs.	
Bibliografia Básica	
FOWLER, M; SADALAGE, P. J. NoSQL: Um Guia Conciso para o Mundo Emergente da Persistência Poliglota. São Paulo: Editora Novatec, 2015.	
KIMBALL, R. The Data Warehouse ETL Toolkit/Practical Techniques for Extracting, Cleaning, Conforming, and Delivering Data. USA: Wiley, 2004.	
MARQUESONE, R. Big Data: Técnicas e tecnologias para extração de valor dos dados. São Paulo: Editora Casa do Código, 2017.	

Bibliografia Complementar
<p>KIMBALL, R; ROSS, M. The Data Warehouse Toolkit: The Complete Guide to Dimensional Modeling. USA: Wiley, 2002: 2ª ed.</p> <p>PROVOST, F; FAWCETT, T. Data Science para Negócios. Rio Janeiro: Editora Alta Books, 2016.</p>

Disciplina	Linguagem de Programação Estatística
Ementa	Introdução ao Processo CRISP-DM; Preparação e Compreensão dos Dados; Estrutura da Linguagem R; Estruturas de Controle em R; Criação de Funções; Funções Estatísticas; Funções Gráficas.
Bibliografia Básica	<p>GROLEMUND, G. R for Data Science. Usa: O'Reilly Media, 2017.</p> <p>LAROSE, C. D. e LAROSE, D. T. Data Science using Python and R. USA: Wiley – Blackwell, 2019.</p> <p>VERZANI, J. Getting Started with RStudio. USA: O'Reilly Media, 2011.</p>
Bibliografia Complementar	<p>AMARAL, F. Fundamentos da programação R. São Paulo: eBook Kindle, 2018.</p> <p>TEETOR, P. R Cookbook: Proven Recipes for Data Analysis, Statistics, and Graphics. USA: O'Reilly Media; 2011.</p>

Disciplina	Tecnologias Cognitivas & Inteligência Artificial
Ementa	Análise Cognitiva; Text Mining; Machine Learning; Inteligência Artificial aplicada.
Bibliografia Básica	<p>FAWCETT, T; PROVOST, F. Data Science para negócios. Rio Janeiro: Editora Alta Books, 2016.</p> <p>GOLDSCHMIDT, R; PASSOS, E. DataMining. Conceitos, Técnicas, Algoritmos, Orientações e Aplicações. Rio Janeiro: Elsevier, 2015.</p> <p>WITTEN, I. H. et all. DataMining: practical Machine learning tools and techniques. USA: Morgan Kaufmann, 2016: 4ª ed.</p>
Bibliografia Complementar	<p>DEAN, J. Big Data, Data Mining, and Machine Learning: Value Creation for Business Leaders and Practitioners. New York, USA: John Wiley & Sons, 2016.</p>

LUGER, G. Inteligência Artificial. São Paulo: Pearson Education, 2013: 6ª ed

Disciplina	Modelagem e Análise de Decisão
Ementa	
Desenvolver os conceitos de preparação e trabalhos com dados e informações para a geração de competitividade organizacional; Apresentar as técnicas estatísticas univariadas e suas utilizações práticas; Desenvolver o aprendizado de técnicas descritiva, séries temporais e regressões usando o programa RStudio.	
Bibliografia Básica	
BUSSAB, W.O; MORETTIN, P. A. Estatística Básica. São Paulo: Editora Saraiva, 2006: 5ª ed.	
LARSON, R.; FARBER, B. Estatística Aplicada. Tradução técnica Cyro Patarra, 2ª ed., São Paulo, 2007.	
MOORE, S. D; MCCABE, G. P; DUCKWORTH, W. M; SCLOVE, S. S. Estatística Empresarial como usar dados para tomar decisões. Rio de Janeiro: LTC, 2006.	
Bibliografia Complementar	
MORETIM, P. A; TOLOI, C. M. C. Análise de Séries Temporais. São Paulo: Edgard Blücher, 2006: 2ª ed.	
SILVA, N. N. Amostragem Probabilística. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001: 2ª ed.	

Disciplina	Data Mining e Análise Preditiva
Ementa	
Conceitos básicos e metodologias para extrair conhecimentos de grandes bases de dados (KDD); Técnicas estatísticas de análise de dados; proporcionar o conhecimento necessário para reconhecer as técnicas Supervisionadas e Não Supervisionadas; Análise de Cluster ou Conglomerado (Segmentação); Regras de Decisão; Modelagem preditiva de Churn/Attrition; Credit Scoring; Detecção de Fraude; Explorar os conceitos de análise de dados através de estudos de casos.	
Bibliografia Básica	
BERRY, M.J.A; LINOFF, G. Data Mining Techniques For Marketing, Sales and Customer Support. New York, USA: John Wiley & Sons, Inc., 2011: 3ª ed.	
DEAN, J. Big Data, Data Mining, and Machine Learning: Value Creation for Business Leaders and Practitioners. New York, USA: John Wiley & Sons, 2016.	
KUHN, M; JOHNSON, K. Applied Predictive Modeling. London, UK: Springer, 2013.	

Bibliografia Complementar
HAIR, J.F; ANDERSON, R.E; TATHAN, R.L; BLACK, W.C. Análise multivariada de dados. Porto Alegre: Editora Bookman, 2009: 6ª ed.
MINGOTI, S.A. Análise de dados através de métodos de estatística multivariada. Belo Horizonte, UFMG, 2005.
CARVALHO, L.A.V. DataMining: A mineração de dados no marketing, medicina, economia, engenharia e administração. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2005.

Disciplina	Hackaton de Advanced Analytics
Ementa	
Experiência hands-on em formato Hackathon; Desenvolvimento de MVP Fast Prototyping.	
Bibliografia Básica	
N.A.	
Bibliografia Complementar	
N.A.	

Disciplina	Empreendedorismo e Inovação
Ementa	
Introdução ao empreendedorismo inovador e aos modelos de criação de novas empresas emergentes. Apresentação de métodos e ferramentas para ideação. Técnicas e ferramentas de validação de negócios e análise de mercado. Noções sobre intraempreendedorismo e modelos internos de inovação. Modelos empreendedores para criação, testes e evolução de propostas de valor.	
Modelos e ferramentas de prototipação de negócios. Noções sobre ecossistemas empreendedores e de inovação. Técnicas de storytelling e formatação de apresentações (pitch).	
Bibliografia Básica	
CARVAJAL JÚNIOR, C. J, SANCHEZ, W. M, e outros. Empreendedorismo, Tecnologia e Inovação. São Paulo, Editora Livrus, 2015.	
DYER, J; CHRISTENSEN, C. M; GREGERSEN, H. DNA do inovador - dominando as 5 habilidades dos inovadores de ruptura. São Paulo: HSM, 2012.	
OSTERWALDER, A; PIG, Y. Business Model Generation - inovação em modelos de negócios. Rio Janeiro: Alta Books, 2011.	
Bibliografia Complementar	

BESSANT, J. R.; TIDD, J. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

COZZI, A; JUDICE, V; DOLABELA, F. Empreendedorismo de base tecnológica spin-off: criação de novos negócios a partir de empresas constituídas, universidades e centros de pesquisa. São Paulo: Elsevier Academic, 2012.

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

GOVINDARAJAN, V; TRIMBLE, C. Beyond the idea how to execute innovation in any organization. ST: Martin's Press, 2013.

PROCESSO DE AVALIAÇÃO

AVALIAÇÕES NAS DISCIPLINAS E MÓDULOS

Ao longo das disciplinas os professores apresentam uma proposta de desafio ou caso de estudo a ser resolvido ao longo das aulas, com pesquisas complementares de campo ou pesquisas secundárias.

A avaliação se dá através da discussão de *cases* em sala de aula, apresentações e discussões em grupo, leitura e discussão de artigos acadêmicos e reprodução do ambiente corporativo na sala de aula.

Cada professor tem a liberdade para selecionar o meio mais adequado para a turma e disciplina, sempre levando em consideração a importância de manter a experiência de avaliação o mais próximo possível da vida profissional do egresso.

AVALIAÇÃO FINAL DO CURSO

Como formato de avaliação final do curso, é proposto aos alunos que integrem as disciplinas e façam a proposição de uma empresa nascente (startup), em um Programa denominado StartupOne. Desta forma promovemos uma visão holística do curso aliado ao processo de proposição de hipóteses de negócios, definição de um plano de testes e iteração com usuários, utilização de técnicas de validação e evolução através de feedbacks e criação de um plano de negócios.

O Programa StartupOne é representado na grade curricular na disciplina de Empreendedorismo e Inovação, que é ministrada em todos os cursos de MBA da FIAP, com horário e alocação de professores alinhados com os coordenadores de cada área de acordo com suas especialidades de formação e conhecimento das áreas correlatas aos cursos.

As aulas são divididas em 5 encontros presenciais com cada turma, incluindo também a utilização de materiais digitais (na plataforma FIAP ON), com a abordagem dos assuntos principais relacionados e divididos de acordo com um modelo de trabalho (framework) proprietário.

O framework da disciplina, composto por seu conteúdo, materiais e dinâmicas, foram desenvolvidos com a utilização dos conceitos de Design Thinking e Lean Startup, aplicando estes conhecimentos específicos de acordo com a necessidade para cada tópico, respeitando os limites da aplicação de cada método. Esta disciplina caracteriza-se pela orientação aos alunos de MBA de como elaborarem um projeto (plano de negócio prático) ao longo do curso referente a criação de uma Startup, o que se constituirá no trabalho final do curso. Este trabalho final substitui o TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) e é entregue ao final do curso, podendo ser executado em grupos de até 4 alunos no máximo. O trabalho final de curso dos alunos (projeto), poderá ser inscrito no Startup One – ST1, concurso que ocorre semestralmente ao final de cada ciclo do MBA.

O conteúdo base é abordado em cinco (5) aulas expositivas presenciais, incluindo dinâmicas e mentorias, dispostas ao longo do curso de MBA em intervalos suficientes ao avanço do projeto dos alunos. Além das aulas presenciais o aluno também tem a sua disposição um material didático eletrônico (Apostilas, Vídeos e Podcast) existente na Plataforma Digital (EaD- Ensino à Distância), disponível no FIAP ON.

As orientações estão segmentadas de acordo com as divisões de aulas na distribuição da grade anual da disciplina (desde a aula 1 inaugural até aula 5 de fechamento da disciplina), estruturação de conteúdo para aula expositiva, dinâmicas aplicadas para consolidação de teoria, aplicação de conteúdo EaD, mentorias intra-classe e ferramentas utilizadas para o desenvolvimento do projeto.

O programa de aulas e conteúdo da disciplina Empreendedorismo e Inovação está dividido em 5 macro eventos modulados e sequenciais.

Cada uma das 5 aulas presenciais segue uma estrutura desenhada em 5 etapas:

1. A primeira etapa da aula presencial é de fixação da aula anterior, por meio de uma dinâmica de discussão entre os grupos do desafio da aula anterior;
2. A segunda etapa da aula presencial é apresentação executiva (recapitulação) e fixação de parte do material disponível na Plataforma Digital (EaD);

3. A terceira etapa da aula presencial compreende a abordagem de uma ferramenta prática e um estudo de caso sobre sua utilização. Este case pode ser escrito ou apresentado por convidado externo (startup) do professor em sala de aula;
4. A quarta etapa da aula presencial é a discussão dos grupos (startups) sobre a aplicação desta ferramenta ao seu projeto;
5. A quinta etapa da aula refere-se à apresentação do desafio de validação em campo desta ferramenta, que os grupos terão de executar e trazer para a aula seguinte.

O StartupOne foi planejado para ser um modelo de pesquisa acadêmica aplicado à problemas reais, com uma metodologia própria de proposição de hipóteses, planejamento da validação, pesquisas e etnografia, geração de protótipos e obtenção de feedbacks para a evolução da proposição de negócios inicial. Desta forma, aplicamos a metodologia de pesquisa à problemas e formatos mais atuais e conectados com as necessidades da sociedade.

COORDENADOR DO CURSO

CELSO PODEROSO

Mestre em Tecnologia pelo Centro Paula Souza (FATEC-SP) - concentração em Grid Computing. Pós-graduado em Sistemas da Informação pelo Centro Universitário Fundação Santo André. Graduado em Ciências Econômicas pela Universidade de São Caetano do Sul. Diretor de Serviços Profissionais na MicroStrategy Brasil. Mais de 20 anos como Docente e Coordenador em cursos de Pós-graduação (FIAP e Centro Universitário Fundação Santo André). Autor do livro SQL Curso Prático e dos Guias de Referência Oracle PL/SQL (Novatec Editora). Mais de 34 anos de atuação na área de Analytics, Business Intelligence, Desenvolvimento de Sistemas e Banco de Dados Oracle®.