



DEPARTAMENTOS ..: POI - ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO E DE OPERAÇÕES INDUSTRIAIS
IMQ - INFORMÁTICA E MÉTODOS QUANTITATIVOS
CURSO.....: MESTRADO E DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
DISCIPLINA: GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA: CONCEITOS E CASOS
PROFESSORES.....: LUIZ CARLOS DI SERIO e JACI CORRÊA LEITE

SEMESTRE: 1º / 2005

PROGRAMA

OBJETIVOS

O atual ambiente de negócios caracteriza-se pelo papel cada vez mais crítico das diversas tecnologias, que a cada dia definem novos padrões de competitividade. Por um lado, viabilizam ganhos crescentes de produtividade, abrindo novas oportunidades para quem as detém, ao mesmo tempo em que tornam obsoletos os modelos anteriores. Por outro, viabilizam novos produtos e novos serviços, criando cenários significativamente distintos dos antes existentes. E, finalmente, estabelecem novas formas de operação que, até então, seriam inviáveis, mas que, ao se consolidarem, passam a ser o paradigma da competitividade.

Apesar desta enorme relevância e de seu inquestionável papel na estratégia de negócios, a gestão da tecnologia freqüentemente é feita de forma intuitiva e quase sempre com base em argumentos e critérios pouco consistentes. Por conseguinte, perdem-se oportunidades e o desempenho final acaba por ficar muito aquém do que seria possível, dadas as demais competências da organização. Planejar e estar permanentemente atento às novas tecnologias passa a ser uma das funções mais importantes em qualquer empresa, e deve ser incorporada ao trabalho de executivos de quaisquer áreas. Este é um componente básico e vital da estratégia e operação de qualquer organização, para qualquer de suas áreas essenciais.

A proposta desta disciplina é discutir os diversos aspectos da gestão estratégica da tecnologia, buscando ampliar os horizontes e viabilizar novos patamares de performance organizacional, em especial no que se refere aos aspectos ligados a qualidade, produtividade, market-share e lucratividade.

Considerado tal contexto, esta disciplina terá como foco o estudo da tecnologia como fator de competitividade nas empresas. Será feita uma abordagem paralela, analisando-se os principais modelos conceituais, lado a lado com estudos de casos, com ênfase naqueles ligados à realidade brasileira. Serão desenvolvidos modelos para mapeamento do posicionamento de uma determinada empresa, identificando-se os gaps em relação ao mercado e à concorrência, a fim de identificar ações corretivas e preventivas.

Adota-se uma metodologia fortemente ilustrada por estudos de casos. A abordagem é conceitual, voltada a administradores e não a técnicos ou cientistas. Com isto, os participantes, mesmo que não tenham uma vicência prévia em Gestão da Inovação Tecnológica, terão condições de acompanhar plenamente o desenvolvimento do programa, assimilando novos conceitos e incorporando novas competências na visão estratégica de negócios.

Ao final deste programa os participantes devem ser capazes aplicar de forma estratégica os conceitos de Gestão da Inovação Tecnológica em projetos que envolvam os diversos setores da economia: industrial, bancário, varejo e mídia.

CONTEÚDO

Partindo-se da compreensão dos negócios da empresa e do ambiente de negócios em que ela se insere, tratam-se os aspectos relacionados às inovações necessárias para suportar tais negócios, capazes de atender aos seus processos de negócios, bem como de aumentar sua competitividade. São também tratadas questões relacionadas à integração de todo o ambiente de sistemas, dados e tecnologias, os componentes da arquitetura de infra-estrutura tecnológica necessária à empresa e as implicações organizacionais que as transformações previstas poderão trazer.

METODOLOGIA

As aulas terão como foco a contextualização dos conceitos, através de sua aplicação a casos, em especial aqueles que retratam a realidade brasileira.

Em cada sessão (ver programação), a metodologia de trabalho será composta por:

- Leitura prévia dos temas indicados para a aula (fundamental para o acompanhamento dos conceitos)
- Apresentação de conceitos pelos professores
- Discussão de casos
- Seminários: o aluno previamente designado deve pesquisar, selecionar e apresentar um artigo sobre o tema do dia



Ao longo da disciplina, cada aluno deverá estudar um caso, numa empresa de sua escolha, de acordo com o instrumental a ser apresentado em aula e nas leituras recomendadas. Deste estudo individual deverá ser produzido um *paper*, com abordagem qualitativa, a ser apresentado em sala de aula ao final da disciplina. Note-se que a apresentação reserva, a cada aluno, o espaço de meia aula, de forma que espera-se um trabalho denso e profundo, que realmente investigue a realidade com relação à Gestão da Inovação Tecnológica.

A partir do conjunto destes casos, mais os apresentados pelos professores, será conduzida uma discussão mais ampla, visando a identificar as similaridades e os diferenciais que impactam a competitividade.

A expectativa é que, ao final do semestre, cada aluno tenha produzido, sob orientação dos professores, material que esteja em condições de ser submetido com vistas à apresentação em congresso científico ou publicação em periódico acadêmico especializado.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados de acordo com os seguintes critérios:

- 10% Contribuições em sala de aula, quanto às leituras prévias (ver item a da Metodologia)
- 15% Seminários e apresentação de artigos (item d da Metodologia)
- 20% Entrega de questões referentes aos estudos de casos (item c da Metodologia)
- 25% Entrega e apresentação do paper final, individual (ver Metodologia)
- 30% Exame final individual

MINI-CURRÍCULO (LUIZ C. DI SERIO)

Consultor e Professor da FGV-EAESP nas áreas de Gestão de Operações e Tecnologia, *Supply Chain Management* e Qualidade desde 1992, Engenheiro Mecânico (1972) e Mestre em Engenharia de Produção (1974) pela Marquette University em Milwaukee, Wisconsin, USA, Doutor em Engenharia de Produção pela USP-São Carlos (1985). Com experiência de mais de 25 anos em administração empresarial, atua ou atuou como consultor em diversas organizações nas áreas de Planejamento de Sistemas de Informações, Estratégia e Organização Empresarial. Livros editados: Tecnologia de Grupo no Planejamento de um Sistema Produtivo, Editora Ícone, 1985 e Gestão Empresarial (Cap.4), Editora Atlas, 2001 e diversos artigos e participação em congressos no Brasil e no exterior.

O professor estará disponível para atendimento aos alunos por e-mail (ldiserio@fgvsp.br), pelo telefone 3281-7776/7780 e pessoalmente nos horários estabelecidos no início do curso (é necessário agendamento prévio).

MINI-CURRÍCULO (JACI C. LEITE)

Consultor e Professor da FGV/EAESP nas áreas de Negociação e Tecnologia de Informação desde 1992. Economista (1984), Mestre em Administração (1990) e Doutor em Administração (1996), todos pela FEA-USP. Estudos de Pós-Doutorado em Tecnologia de Informação na Universidade do Texas / Austin (1998 e 2003). Curso de Extensão na Universidade de Ohio / Athens (2001), além de outros programas na Harvard University (1997), na Kellogg Graduate School of Management (2001) e na Wharton School of Business (2004). Ampla vivência como executivo e consultor em empresas e no setor público. Foi Chefe do IMQ - Departamento de Informática e Métodos Quantitativos da FGV-EAESP no biênio 1998-1999 e atualmente ocupa a Vice-Chefia (biênio 2004-2005). Desde 2000, coordena o GVnet - Centro de Educação a Distância da FGV-EAESP, com mandato até dezembro/2005. Livro editado: Terceirização em Informática, Makron Books, 1995, além de diversos artigos e participação em congressos no Brasil e no exterior.

O professor estará disponível para atendimento aos alunos por e-mail (jaci@fgvsp.br), pelo telefone 3281-7873 e pessoalmente nas tardes de segunda-feira (antecedendo o horário de aulas) e nas manhãs de quinta-feira (é necessário agendamento prévio).

BIBLIOGRAFIA

Livros:

- Christense, Clayton M. & Raynor, Michael E. - “*O Crescimento Pela Inovação*”. Campus, 2003.
- Roberts, Edward B. - “*Innovation: Driving Product, Process, and Market Change*”. Jossey-Bass, 2002.
- Urban, Glen L. & Hauser, John R. - “*Design and Marketing of New Products*”. Prentice-Hall, 2nd ed, 1993.

Artigos:

- As leituras obrigatórias estão indicadas nas respectivas sessões;
- Leituras complementares serão recomendadas pelos professores a cada sessão.

OUTRAS REFERÊNCIAS: serão fornecidas ao longo da disciplina



PROGRAMAÇÃO DAS SESSÕES

1. 21/02/2005 - LCS/JCL ... **Inovação tecnológica, estratégia e competitividade**
 - 1.1. Leitura:
 - Booth, M. E & Philip, G. - “*Technologies, Competences and Competitiveness: The Case for Reconfigurable and Flexible Strategies*”. Journal of Business Research, vol. 41, 1998
 - Venkatraman, N. - “*IT-Enabled Business Transformation: From Automation to Business Scope Redefinition*”. MIT, SMR, Winter/1994
 - 1.2. Filme:..... “O futuro perfeito”

2. 28/02/2005 - JCL **Liderar ou seguir (parte 1: possíveis posturas e combinações)**
 - 2.1. Leitura:
 - Vasconcelos, E. P. G. - “*Gestão Tecnológica no Setor Produtivo*”. Seminário “El Nuevo Contexto de las Políticas de Desarrollo Científico y Tecnológico”, Montevideo, Uruguai, 1990
 - Shapiro, Carl & Varian, H. R. - “*A Economia da Informação*”. Elsevier/Campus, 1999, cap. 5 e 6
 - Christense, Clayton M. & Raynor, Michael E. - “*O Crescimento Pela Inovação*”. Campus, 2003, cap. 2.
 - 2.2. Seminário:.....
 - 2.3. Estudo de caso: Fleury

3. 07/03/2005 - LCS **A comoditização e o valor da informação nos processos de inovação**
 - 3.1. Leitura:
 - Quinn, J. B.; Baruch, J. J. & Zien, K. A. - “*Software-Based Innovation*”. MIT/Sloan Management Review, Summer/1996
 - Christense, C. M. & Raynor, M. E. - “*O Crescimento Pela Inovação*”. Campus, 2003. Cap. 6
 - 3.2. Seminário:.....
 - 3.3. Estudo de caso: Credicard

4. 14/03/2005 - JCL **Alinhamento entre tecnologia e estratégia**
 - 4.1. Leitura:
 - Luftman, J. & Brier, T. - “*Achieving and Sustaining Business - IT Alignment*”. California Management Review, Fall/1999.
 - Rathnam, R. G., Johnsen, J. & Wen, H. J. - “*Alignment of Business Strategy and IT Strategy*”. Journal of Computer Information System, Winter 2004-2005.
 - 4.2. Seminário:.....
 - 4.3. Estudo de caso: Minasul

5. 21/03/2005 - JCL **As três dimensões: gestão, tecnologia e pessoas**
 - 5.1. Leitura:
 - Markides, Constantinos - “*Strategic Innovation*”. MIT/Sloan Management Review, Spring/1997
 - Sutton, Robert I. “*Weird Ideas that Spark Innovation*”. MIT/Sloan Management Review, Winter/2002
 - Urban, Glen L. & Hauser, John R. - “*Design and Marketing of New Products*”. Prentice-Hall, 2nd ed, 1993. Cap. 5
 - 5.2. Seminário:.....
 - 5.3. Estudo de caso: ReceitaNet



6. 28/03/2005 - JCL **Seleção e prospecção de tecnologias**
 - 6.1. Leitura:
 - Krishnan, V. & Bhattacharya, S. - *“Technology Selection and Commitment in New Product Development: The Role of Uncertainty and Design Flexibility”*. Management Sciences, Mar/2002.
 - Mason, A. - *“The Seletion of Technology: A Continuing Dilemma”*. Columbia Journal of World Business, Summer/1974
 - Cowan, R. - *“Tortoises and Hares: Choice Among Technologies of Unknown Merit”*. Economic Journal (UK), Jul/1991
 - 6.2. Seminário:.....
 - 6.3. Estudo de caso: Burti

7. 04/04/2005 - LCS **Descarte e substituição de tecnologias**
 - 7.1. Leitura:
 - MacCormack, A. - *“Product-Development Practices that Work: How Internet Companies Build Software”*. MIT, SMR, Winter/2001
 -
 - 7.2. Seminário:.....
 - 7.3. Estudo de caso: Microsoft

8. 11/04/2005 - LCS **Desenvolvimento de produtos e processos**
 - 8.1. Leitura:
 - Bender, Kevin W. et alii - *“Process Innovation - Case Studies of Critical Success Factors”*. Engineering Management Journal, Dec/2000
 - Stewart, John B. - *“Functional Features in Product Strategy”* - HBR, Mar/Apr59.
 - Malairaja, C. & Zawdie, G. - *“The ‘Black Box’ Syndrome in Technology Transfer and the Challenge of Innovations in Developing Countries”* (The case of Malaysia). International Journal of Technology Management and Sustainable Development, Vol. 3, Nr. 3, 2004.
 - 8.2. Seminário:.....
 - 8.3. Estudo de caso: Volkswagen Motores, fábrica de São Carlos

9. 25/04/2005 -LCS **Change management**
 - 9.1. Leitura:
 - Urban, Glen L. & Hauser, John R. - *“Design and Marketing of New Products”*. Prentice-Hall, 2nd ed, 1993, cap. 20.
 - Kash, D. E. & Rycroft, R. W. - *“To Manage Complex Innovation, Ask the Right Questions”*. Research Technology Management, Sep-Oct/2003.
 - 9.2. Seminário:.....
 - 9.3. Estudo de caso: Igaras

10. 02/05/2005 - JCL **Implantação e migração para novas tecnologias**
 - 10.1. Leitura:
 - Edmondson, Amy C. - *“Framing for Learning: Lessons in Successful Technology Implementation”*. California Management Review, Winter/2003.
 - Ropeke, Robert - *“Aligning the IT HR with Business Vision: The Leadership Initiative at 3M”*.
 - 10.2. Seminário:.....
 - 10.3. Estudo de caso: Villares Divisão Elevadores

11. 09/05/2005 **Apresentação de trabalhos**
 - 11.1. Apresentação 1: ...
 - 11.2. Apresentação 2: ...

12. 16/05/2005 **Apresentação de trabalhos**
 - 12.1. Apresentação 3: ...
 - 12.2. Apresentação 4: ...



- 13. 23/05/2005 **Apresentação de trabalhos**
 - 13.1. Apresentação 5: ...
 - 13.2. Apresentação 6: ...

- 14. 30/05/2005 **Apresentação de trabalhos**
 - 14.1. Apresentação 7: ...
 - 14.2. Apresentação 8: ...

- 15. 07/06/2005 **Apresentação de trabalhos e consolidação da disciplina**
 - 15.1. Apresentação 9: ...
 - 15.2. Consolidação

- 16. 14/06/2005 **Exame final, individual**