

Disciplina	Design de Negócios Inovadores
Créditos/Carga	2/30 horas-aula

Ementa
O curso irá abordar os temas relativos ao desenvolvimento da função de inovação nas empresas contemporâneas, sob paradigma da hipercompetição. O processo de desenvolvimento de inovações será abordado a partir da gestão da criatividade e seguirá até a necessária conexão com interlocutores externos, clientes, fornecedores e parceiros estratégicos.

Referências Bibliográficas

1. ROGERS, E. M. Diffusion of innovation. (5rd ed). New York: The Free Press, 2003
2. CHESBROUGH, H. W. The Era of Open Innovation. MIT, 2003
3. OSTERWALDER, A; PIGNEUR, Y. Inovação Em Modelos de Negócios Business Model Generation; New Jersey: Alta Books, 2010.

Bibliografia complementar:

1. ALLAS Tera; HUNT Vivian. Accelerating the diffusion of technology enabled business practices. McKinsey, 2018.
2. DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor - prática e princípios. São Paul: Pioneira, 1994
3. AMABILE, T. M.; GRYSKIEWICZ, M. D. The creative environment scales: Work Environment Inventory. Creativity Research Journal, v. 2, p. 231-253, 1989.
4. RICHTER, C.; KRAUS, S.; BREM, A.; DURST, S.; GISELBRECHT, C. Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. Creativity and Innovation Management, v. 26, n. 3, p. 300-310, 2017.
5. DROBYAZKO, S.; BARWIŃSKA-MAŁAJOWICZ, A.; ŚLUSARCZYK, B.; ZAVIDNA, L.; DANYLOVYCH-KROPYVNYSKA, M. Innovative entrepreneurship models in the management system of enterprise competitiveness. Journal of Entrepreneurship Education, v. 22, n. 4, 2019.

