

MESTRADO PROFISSIONAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS

DISCIPLINA:

Gestão Estratégica de Produtos Criativos

EMENTA:

A gestão estratégica de bens simbólicos, seus riscos e oportunidades. Conceitos e ferramentas relacionadas ao processo de desenvolvimento do planejamento estratégico, do planejamento à execução. O desafio do planejamento nas organizações face os avanços tecnológicos. Inovação como estratégia em indústrias criativas. Nível operacional. Nível tático, nível estratégico, diagnóstico, missão, visão e valores. A formulação de objetivos, metas e indicadores. A construção, a execução e o controle do plano estratégico. Identificação de riscos e proposição para minimizá-los ou evitá-los. Identificação dos pontos fortes e fracos de uma organização em relação a sua concorrência e ao ambiente de negócio. Conhecimento do mercado e definição de estratégias para seus produtos e serviços. Introdução à gestão de projetos. A inovação na gestão de projetos em tempos de plataformas transmidiáticas. Estudos de caso e prototipação.

BIBLIOGRAFIA:

1. ALMEIDA, L. G.. Gestão de Processos e a Gestão Estratégica. Rio de Janeiro. Qualitymark. 2003.
2. BELLUZZO, R.C.B. Construção de mapas: desenvolvendo competências em informação e comunicação. Bauru: Autores Brasileiros, 2006.
3. CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
4. _____. A sociedade em Rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura - Volume 1. São Paulo: Paz & Terra, 2002.
5. CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A.. Planejamento Estratégico: fundamentos e Aplicações. 1ª ed. Rio de Janeiro. Campus. 2004.
6. COLLINS, J.C.; PORRAS, J. I.. Feitas para Durar: Práticas bem-sucedidas de empresas visionárias. Rio de Janeiro. Rocco. 1995
7. COUTINHO, A. R.; KALLÁS, D. (org) Gestão da Estratégia: Experiências e Lições de empresas brasileiras. Rio de Janeiro. Campus. 2005
8. CUNHA, Karina Poli Lima da; YANAZE, Mitsuru Higuchi. Economia criativa, um paradigma de política pública contemporâneo?: Uma discussão conceitual. *Organicom*, São Paulo, v. 3, n. 12, p.78-87, jun. 2015.
9. DRUCKER, P.. Administração em organizações sem fins lucrativos: Princípios e Práticas. São Paulo: Pioneira, 1997.
10. FÉLIX, W. Introdução à gestão da informação. Campinas: Alínea, 2003.

11. FIGUEIREDO, S. P. Gestão do conhecimento. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.
12. FINOCCHIO JÚNIOR, José. Project Model Canvas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
13. GHOSHAL, S; TANURE, B. Estratégia e Gestão Empresarial. Rio de Janeiro. Campus. 2004.
14. HOWKINS, John. The creative economy: how people make money from ideas. Londres: Penguin, 2001.
15. KAPLAN, R; NORTON, D. A Estratégia em Ação: Balanced Scorecard. Rio de Janeiro. Campus. 1997.
16. MINTZBERG, H; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J.. Safari de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre. Bookman. 2004
17. OLIVEIRA, Djalma P.R.. Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia e Práticas. 32o ed. São Paulo: Atlas. 2014.
18. QUINN, S. Knowledge management in the digital newsroom. Amsterdan: Focal Press, 2002.
19. UNESCO. Creative economy. Report 2010. Nova York: United Nations, 2010.
20. WHITTINGTON, R.. O que é Estratégia. São Paulo. Thomson Pioneira. 2002.