



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - PPGAdm

MESTRADO E DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO			
Ano / Semestre	Disciplina	Créditos (T/TP/P)	Horas/aulas semanais
2023/2	CAD410047 - Seminário: Tendências e Inovação		4 h
Nome do(a) Professor (a)		e-mail do(a) professor(a)	
Alexandre Marino Costa		marinocad@gmail.com	

Ementa
3C's: Cultura, Comportamento e Consumo. Bases de captação de tendências. Triangulação Cultural: Trends, Market e Consumer. MOOD: Moda, Observação, Orientação e Design. Memética, conexões linkadas e os vírus da mente.
Objetivo:
Construir referencial sobre captação, construção e uso das tendências aplicadas a inovação. Trazer para a academia as perspectivas da captação e aplicação das tendências em projetos inovadores das mais diversas áreas.

Estratégias de ensino e avaliação:
1. Participação em aula (10%) 2. Apresentação de Seminários (30%) 3. Artigo científico (60%)

Bibliografia:
TORRES, Patrícia Lupion; orres , KOWALSKI, Raquel P. Glitz; RIBEIRO, Silvar Ferreira; OKADA, Alexandra. Educação, pesquisa e inovação – Curitiba: Insight, 2020. TEIXEIRA, Clarissa Stefani; LEBLER, Cristiane Dall' Cortivo; SOUZA, Marcio Vieira de. (Org.), Educação fora da caixa: tendências internacionais e perspectivas sobre a inovação na educação – volume 5: São Paulo: Blucher Open Access, 2020. HALL, Randolph. Creating the Innovative University . Technology and Innovation, Vol. 21, pp. 1-14. 2020 AL-LAWATI, Essam Hussai; KOHAR, Umar Haiyat Abdul & SULEIMAN, Ebi Shahrin. Entrepreneurial culture in educational institutions: A scoping review , Cogent Business & Management, 9:1, 2022. Fernández, L., Fernández-López, S., Rey-Ares , L., Bobillo, M.,. Innovation in the First Mission of Universities , Journal of Innovation Management, www.open-jim.org, 6(4), 32-48. 2018 BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade de Consumo . Reimpressão. Lisboa: Edições 70, 2008. PRAHALAD, C.K. e KRISHMAN, M.S. A nova era da inovação: impulsionando a cocriação de valor ao longo das redes globais ; tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. RAYMOND, Martin. Tendencias - que son, como identificarlas, en que fijarnos . Barcelona: Promotora Prensa Internacional, 2010. UNDERHILL, Paco. Vamos As Compras!: a ciência do consumo nos mercados globais . – Rio de Janeiro: Campus, 2009. SPELLER, Paulo, ROBL, Fabiane; MENEGHEL, Stela Maria. Desafios e perspectivas da educação superior brasileira para a próxima década . Brasília : UNESCO, CNE, MEC, 2012.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - PPGAdm

CRONOGRAMA

N.	DATA	DESCRIÇÃO	ATIVIDADE
1	07/08/2023	Apresentação da disciplina e dos alunos. Reflexões iniciais.	Presencial
2	14/08/2022	Pesquisa e Inovação Responsáveis	Presencial
3	21/08/2022	Apresentação individual dos resultados da pesquisa	Presencial
4	28/08/2022	S1 - 3C's: Cultura, Comportamento e Consumo.	Presencial
5	04/09/2022	Apresentação individual dos resultados da pesquisa	Presencial
6	11/09/2022	S2 - Bases de captação de tendências	Síncrona, a distância
7	18/09/2022	Apresentação individual dos resultados da pesquisa	Presencial
8	25/09/2022	S3 - Triangulação Cultural: Trends, Market e Consumer	Síncrona, a distância
9	02/10/2022	Apresentação individual dos resultados da pesquisa	Presencial
10	09/10/2022	S4 - MOOD: Moda, Observação, Orientação e Design	Síncrona, a distância
11	16/10/2022	Apresentação individual dos resultados da pesquisa	Presencial
12	23/10/2022	S5 - Memética, conexões linkadas e os vírus da mente.	Síncrona, a distância
13	30/10/2022	Apresentação individual dos resultados da pesquisa	Presencial
14	06/11/2022	Delimitação do projeto de artigo – trabalho final	Presencial
15	13/11/2022	Apresentação do projeto de artigo e definição de data de postagem do trabalho final.	Presencial