DISCIPLINA: Tópico Especial: Modelagem de Negócios de Impacto	**CÓDIGO**: PPGA0033
PROFESSOR: Daniel Paulino Teixeira Lopes	

Nível	Mestrado
Caráter	Não obrigatória
Carga Horária	15
Créditos	1
Área de Concentração	Processos e Sistemas Decisórios
Linha de Pesquisa	Processos e Sistemas Decisórios em Arranjos Organizacionais

Ementa

Conceito de impacto. Inovação, tecnologia e negócios de impacto social e ambiental. Conceito de modelo de negócio, suas representações, características e o seu processo de desenvolvimento. Frameworks e elementos que compõem um modelo de negócio de impacto. Business Model Canvas e Modelo C. Técnicas e ferramentas para auxiliar a construção de modelos de negócios. Ecossistema de negócios de impacto.

Objetivo

Situar o debate sobre negócios de impacto, preparando os participantes para discussões qualificadas sobre essa temática no âmbito da pesquisa aplicada. Propiciar ao(à) pesquisador(a) um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes para desenvolver modelos de negócios visando à inovação em suas múltiplas facetas. Preparar o participante para analisar e avaliar modelos de negócios de impacto.

Interdisciplinaridade

Pré-requisitos	**Código**
Empreendedorismo e Inovação	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não tem	

Unidades de ensino		**Carga-horária Horas/aula**
1	Introdução aos negócios de impacto	3
2	Ecossistema de negócios de impacto	3
3	Ferramentas e técnicas para construção de negócios de impacto	3
4	Modelagem de negócios	6
	Total	**15**

Bibliografia	
1	ADLER, Isabel; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz, VIANNA, Maurício; VIANNA, Ysmar. **Design Thinking**: Inovações nos Negócio. MJV Press, 2011.
2	BARKI, E. et al. **Negócios com Impacto Social no Brasil**. São Paulo: Petrópolis, 2013. (caps. 6 a 10)
3	CAPUTO, M. et al. Exploring the impact of open innovation on firm performances. **Management Decision**, v. 54, n. 7, p. 1788-1812, 2016.
4	CASADESUS-MASANELL, R.; RICART, J. E. From Strategy to Business Models and onto Tactics. **Long Range Planning**, v. 43, n. 2-3, p. 195-215, 2010.
5	FOSS, N. J.; SAEBI, T. Fifteen Years of Research on Business Model Innovation. **Journal of Management**, v. 43, n. 1, p. 200-227, 2016.
6	HEIMANS, Jeremy; TIMMS, Henry. Entendendo o novo poder. **Harvard Business Review.**v. 10, 2014.
7	LOPES, D. P. T. et al. Management innovation and social innovation: convergences and divergences. **Academia Revista Latinoamericana de Administración**, v. 30, n. 4, p. 474-489, 2017.
8	OECD. **Oslo Manual 2018**. Paris: OECD Publishing, 2018.
9	OSTERWALDER, Alexander. **Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
10	PHILLS, James A.; DEIGLMEIER, Kriss; MILLER, Dale T. Rediscovering social innovation. **Stanford Social Innovation Review**, v. 6, n. 4, p. 34-43, 2008.
11	PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R. Creating shared value. In: **Managing sustainable business**. Springer, Dordrecht, 2019. p. 323-346.
12	RIES, Eric. **A startup enxuta**. São Paulo: Lua de papel, 2012.
13	TEECE, D. J. Business Models, Business Strategy and Innovation. **Long Range Planning**, v. 43, n. 2-3, p. 172-194, 2010.