



# Curso: Fast-Track MBA em Business Design & Innovation

**Duração:** 138h

**Área formativa:** PG's & MBA's

---

## Sobre o curso

**400€ DE DESCONTO!!!**

**[CAMPANHA EXCLUSIVA PARA INSCRIÇÕES ATÉ 15/JUL/2021.](#)**

**NÃO DEIXES ESCAPAR ESTA OPORTUNIDADE!**

As empresas hoje em dia já não competem apenas por produtos e serviços, sendo cada vez mais difícil se diferenciarem e, por isso, fundamental que invistam na sustentabilidade dos seus modelos de negócio. Neste contexto, o Design Thinking emerge como a metodologia eleita pelos maiores players globais da inovação – como a Apple, GE, Google, IBM ou P&G -, assim como por startups que procuram desafiar o mercado, para o design de novos modelos de negócio aliando a criatividade do design com o pensamento analítico de negócios.

Através de Business Design é possível validar e testar sistematicamente elementos e hipóteses de modelos de negócio perante os desafios contemporâneos, potenciando a criação de novas abordagens de negócio ou extensões de produtos, sempre focados nas reais necessidades das pessoas. Num mundo de constantes transformações económicas, sociais e ambientais, aprender a dominar a lógica de como criar, entregar e capturar valor é, pois, uma competência essencial para qualquer profissional ou organização que se quer manter relevante no mercado.

**O Fast Track MBA em Business Design & Innovation** é um programa de formação de carácter prático e com a duração total de 138 horas, que visa fomentar uma perspetiva única a partir do mindset do design para a criação de novos modelos de negócio, através de metodologias e ferramentas utilizadas pelas empresas mais competitivas e inovadoras da atualidade. Tem como objetivo desenvolver as competências para a compreensão e utilização do design como ferramenta estratégica de articulação e promoção da inovação:

- Dotando os participantes com os conhecimentos e as competências necessários para promover, desenvolver e gerir a inovação através do design, seja num projeto ou numa organização;
- Fomentando conhecimentos e ferramentas metodológicas que permitam desenvolver e gerir projetos inovadores, desde a criação de novos produtos e serviços, ao desenvolvimento de novos modelos de negócio ou redefinição de processos;
- Preparando profissionais para liderar a gestão de processos complexos de design através de ferramentas e metodologias que fomentem a inovação.

# EQUIPA DOCENTE / COORDENAÇÃO

[Gabriel Augusto](#)


Diretor Geral da FLAG | [LinkedIn](#)

[Glauco Madeira](#)

Partner & Consultant at 401 business design | [LinkedIn](#)

[Marcelo Penteado](#)

Partner & Consultant at 401 business design | [LinkedIn](#)

Ao concluíres com aproveitamento esta formação, receberás um badge digital para partilhares com a tua rede profissional online.  Sabe mais sobre os badges digitais [aqui](#).

---

## Destinatários

O **Fast Track MBA em Business Design & Innovation** destina-se a todos os estudantes, profissionais e empreendedores que pretendam participar, gerir e liderar processos de inovação em organizações, públicas ou privadas, aplicando os princípios e metodologias de Design Thinking em Business Design, para a criação de novos modelos de negócio, extensões de produtos ou serviços e/ou redefinição de processos.

---

## Pré-requisitos

Dado o carácter intensivo deste programa formativo, o **Fast Track MBA em Business Design & Innovation** desenvolve-se com graus de exigência extremamente elevados, o que obriga a uma elevada disponibilidade dos participantes para o correto acompanhamento e aproveitamento das matérias lecionadas. Através da entrevista de admissão, o candidato e o consultor da FLAG analisam em conjunto a formação e experiência profissional prévia do candidato, bem como os seus objetivos profissionais, de forma a garantir que esta é a formação mais indicada à progressão da sua carreira.

---

## Metodologia

Modelo híbrido com a possibilidade de formação presencial (Lisboa e Porto) e formação online através da solução [Live-training](#).

---

## Programa

- Sessão de Onboarding (3h)
- Módulo 1 | Cultura de Inovação nas Organizações (9h)

- Módulo 2 | Business Model: Como o negócio cria, entrega e captura valor? (12h)
- Módulo 3 | Value Proposition: Como criar propostas de valor com foco nas pessoas? (12h)
- Módulo 4 | Sustainable Business: Strategy, Management & Reporting (15h)
- Módulo 5 | Business Model Innovation: Como criar os modelos de negócio do futuro? (12h)
- Módulo 6 | Design Toolkit: Ferramentas de Design Thinking para Resolução de Problemas Complexos (18h)
- Módulo 7 | Innovation Ways: Quais são e como utilizar as diferentes abordagens de inovação? (12h)
- Módulo 8 | Prototyping: Como testar propostas de valor inovadoras? (18h)
- Módulo 9 | Pitching: Como vender uma ideia inovadora? (9h)
- InnovationLab | Company Challenge (18h)

## **Sessão de Onboarding**

Sessão de Apresentação e Ice-break.

### **Módulo 1 | Cultura de Inovação nas Organizações**

Este módulo de caráter mais expositivo, tem como objetivo apresentar os princípios que sustentam uma cultura de inovação nas organizações, em ambientes contemporâneos que se caracterizam como VUCA e BANI, assim como os fundamentos de Design Thinking que permitem fomentar a inovação pelo design.

- O Ambiente Competitivo da Atualidade: VUCA e BANI;
- Cultura de Inovação nas Organizações: O que é e como promovê-la;
- A Inovação pelo Design;
- Fundamentos de Design Thinking: Empatia, Colaboração e Experimentação.
- Exercício: Lightning Decision Jam.

### **Módulo 2 | Business Model: Como o negócio cria, entrega e captura valor?**

Neste módulo, os participantes irão aprender a passar as hipóteses que tem na cabeça para o papel, e desenhar modelos de negócios de forma simples, prática e visual, utilizando o Business Model Canvas, assim como mapear os contextos nos quais os modelos estão envolvidos.

- Lean Startup e Customer Development
- Tipos de inovação
- Criação de Modelos de Negócio
- Ambiente do Modelo de Negócio

### **Módulo 3 | Value Proposition: Como criar propostas de valor com foco nas pessoas?**

Este módulo é baseado na essência de que as boas ideias também falham. Para isto, deve-se colocar o consumidor no centro de tudo. Os participantes aprender a aprofundar o seu olhar para o consumidor, mapear o seu comportamento, aplicar ferramentas de empatia e gerar ideias para problemas reais identificados.

- Design da Proposta de Valor
- Teoria dos Jobs To Be Done
- Empathy Mapping
- Técnicas de entrevista e observação

### **Módulo 4 | Sustainable business: strategy, management & reporting**

Neste módulo, os participantes irão aprender a gerir e incorporar as dimensões ESG (Environmental, Social, Governance) na estratégia da organização. Através de fundamentos teóricos, estudo de casos práticos e aplicação de ferramentas, o objetivo é evidenciar como a gestão da sustentabilidade pode gerar valor não apenas para o modelo de negócio, como para todos os stakeholders.

- Sustentabilidade: o que significa, qual a sua origem e como evoluiu;
- Agenda 2030: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e a Década da Ação;
- Capitalismo de Stakeholders: Como gerar valor para todas as partes interessadas?
- Mapeamento e gestão de impacto da cadeia de valor;
- Reporting de Sustentabilidade: Principais indicadores ESG globais;
- Sustainability Tools: conjunto de ferramentas e referências.

### **Módulo 5 | Business Model Innovation: Como criar os modelos de negócio do futuro?**

Na atualidade, as grandes organizações não competem apenas em produtos e serviços, mas sim em modelos de negócios superiores. Neste módulo, os participantes irão evoluir o pensamento dos módulos anteriores, baseando-se na análise de padrões de modelos de negócios e das grandes mudanças estratégicas que aconteceram nos últimos anos.

- Padrões de Modelos de Negócios;
- Business Model Shifts (Padrões de Mudança);
- Inovação em Modelos de Negócios: Como fazer?
- Blue Ocean Strategy.

### **Módulo 6 | Design Toolkit: Ferramentas de Design Thinking para Resolução de Problemas Complexo**

Ao longo este módulo, os participantes irão aumentar o seu toolkit de ferramentas associadas ao Design Thinking, como jornadas do consumidor, ferramentas de empatia, mapa de stakeholders, mapas de experiência e processos.

- Criação de Personas
- Customer Journey Mapping
- Stakeholders / Ecosystem Mapping
- Experience Design
- Process Design

### **Módulo 7 | Innovation Ways: Quais são e como utilizar as diferentes abordagens de inovação?**

Criar novos modelos de negócio internamente não são a única forma de inovar dentro de grandes corporações. Neste módulo, o aluno irá aprender os diferentes caminhos para criar uma verdadeira máquina de inovação, capaz de transformar sua empresa numa “organização ambidestra”: excelente na execução e também na construção do futuro.

- Open Innovation
- Aceleradoras corporativas
- Corporate Venture Capital
- Exploration x Exploitatio
- Business Model Portfolio
- Organização Ambidestra

### **Módulo 8 | Prototyping: Como testar propostas de valor inovadoras?**

Neste módulo, os participantes irão aprender a testar modelos de negócios na prática, desde o mapeamento de hipóteses à construção de um protótipo para ser testado.

- Construção de Hipóteses
- Teste de Hipóteses
- MVP (Minimum Viable Product)
- Experiment Library

## **Módulo 9 | Pitching: Como vender uma ideia inovadora?**

Neste módulo, os participantes irão aprender a montar uma apresentação do seu negócio para investidores, baseado nas melhores práticas do mundo das startups e venture capital, assim como as boas práticas para a entrega de um pitch com impacto.

- Dicas de apresentação
- Análise de referências
- Criação de pitch deck
- Boas práticas de Pitching

**InnovationLab | Company Challenge**