

*Learning and innovation
go hand in hand. The
arrogance of success is to
think that what you did
yesterday will be
sufficient for tomorrow.*

William Pollard



Pretende adquirir
uma **Certificação
Internacional em
Innovation Management?**

1º CURSO DE CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL, EM PORTUGAL

CERTIFIED INNOVATION MANAGER

FORMAÇÃO E CERTIFICAÇÃO PROFISSIONAL DE GESTORES DE INOVAÇÃO

Este curso, desenhado em conjunto com o *Global Innovation Management Institute (GIMI)*, visa fornecer as bases essenciais para que os participantes tenham acesso a carreiras globais assentes na gestão da inovação e na criação de novos produtos e serviços.

Programa: formação e certificação profissional através da aplicação prática de técnicas avançadas de planeamento e estratégia de gestão de Inovação Disruptiva

- ♦ Definir a causa para a mudança
- ♦ Quantificar o *gap* de crescimento
- ♦ Definir o portefólio de inovação
- ♦ Analisar cenários futuros e captar tendências
- ♦ Analisar a cadeia de valor
- ♦ Analisar o ambiente envolvente
- ♦ Construir Mapa de Oportunidades de Negócio
- ♦ Identificar e priorizar campos de atuação
- ♦ Identificar e priorizar conceitos de negócio
- ♦ Identificar e priorizar business cases
- ♦ Aplicação de técnicas avançadas e metodologias de inovação

29 e 30 setembro

Valor de Inscrição: 1.499,00€ +IVA

Campanha até 31 de julho

1.099,00€ + IVA

SCIENTIFIC MANAGEMENT
WINNING 

Em parceria com:

 **GIMI** Institute
Global Innovation Management Institute

Os participantes no curso Certified Innovation Manager irão colocar em prática os 5 passos fundamentais da *framework* GIMI, que permite identificar novas formas de crescimento e o *pipeline* de conceitos de negócio para a sua Organização

ETAPAS

ATIVIDADES

OUTPUTS

1. Necessidade de Inovação

- Analisar e compreender a situação atual da empresa e o seu panorama futuro
- Decidir onde inovar e onde não inovar
- Definir alvos de crescimento e as alavancas para a inovação disruptiva
- Compreender o perfil de investimento da empresa



Estratégia de Inovação

2. Identificar Oportunidades

- Determinar as tendências que poderão ter impacto no negócio
- Identificar insights e tendências dentro da empresa, nos concorrentes, parceiros e nos clientes.
- Organizar e estruturar o trabalho através de um Mapa de Oportunidades de Negócio



Mapa de Oportunidades de Negócio

3. Campos de Atuação

- Identificar novas áreas para a empresa quer inovar e investir
- Priorizar um desses Campos de Atuação
- Desenvolver o Campo de Atuação prioritário de modo a torná-lo compreensível para os seus *stakeholders* principais



Áreas prioritárias de atuação

4. Conceitos de Negócio

- Construir um conjunto de ideias robustas, não fragmentadas
- Identificar Conceitos de Negócio em redor do Campo de Atuação prioritário
- Gerar um conjunto de novos conceitos e modelos de negócio
- Escolher o melhor conceito para implementar



Modelos de Negócio

5. Business Case

- Entender quais as condições que precisam de ser testadas primeiro.
- Criar um business case que ajude a visualizar de forma estimulante e perspicaz o modelo de negócio, que determine as incertezas-chave e que crie planos táticos



Plano de Implementação