

EMENTA

TURMA 2027-I

**CRONOGRAMA – CURSO DE FORMAÇÃO EM INTELIGÊNCIA DE DADOS PARA
INOVAÇÃO EM ALIMENTOS**

Data	Horário	Aula
Maio 2027		
18 e 19/05/2027	19h às 21h	O mercado de alimentos para P&D
20, 24 e 25/05/2027	19h às 21h	Novos produtos alimentícios
Junho 2027		
01, 02, 03, 08 e 09/06/2027	20h às 22h	Ferramentas para inovação: Design Thinking e Sprint
10/06/2027	20h às 22h	Trabalho de conclusão de curso
15, 16 e 17/06/2027	19h às 21h	IA aplicada a inovação de alimentos
22, 23 e 24/06/2027	19h às 21h	Metodologia de Pesquisa e desenvolvimento de produtos
22, 23 e 24/06/2027	20h às 22h	Comportamento do Consumidor
Julho 2027		
06, 07 e 08/07/2027	19h às 21h	Inovação e Design de Futuros
13 e 14/07/2027	19h às 21h	Business Case e Storytelling de Dados para C-level
20, 21 e 22/07/2027	19h às 21h	Dados e Inteligência de Mercado
26, 27, 28 e 29/07/2027	20h às 22h	Liderança, Negociação e Governança
Agosto 2027		
02 e 03/08/2027	19h às 21h	IA na Identificação de Sinais e Tendências
04 e 05/08/2027	19h às 21h	KPIs de Portfólio de Inovação
A agendar	A agendar	Mentorias
17 e 18/08/2027	20h às 22h	Apresentação dos trabalhos

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO – CURSO DE FORMAÇÃO EM INTELIGÊNCIA DE DADOS
PARA INOVAÇÃO EM ALIMENTOS**

Curso	Conteúdo Programático
O mercado de alimentos para P&D (Ana Alves)	- Apresentação do curso: formação em gestão no P&D e formação em inteligência de dados para inovação em alimentos; - O mercado de alimentos nacional e internacional; - A economia e a área de alimentos; - O mercado de alimentos para inovação de produtos; - A era do GLP-1 - Tendência de consumo e aderência mercadológica; - Tendências de alimentos para 2027; - Habilidades necessárias para o P&D; - Segurança alimentar e regulatória; - Novos produtos alimentícios; - Dimensionamento de oportunidades (TAM/SAM/SOM): estimativa do potencial financeiro de novas categorias antes de iniciar o desenvolvimento em bancada; - Habilidades do gestor de P&D orientado a mercado: tradução de necessidades do consumidor (consumer insights) em especificações técnicas de produto.
Novos produtos alimentícios (Ana Alves)	- Novos produtos e segmentação de mercado nacional e internacional; - Tendências de novos produtos plant based; - Novas proteínas vegetais; - Novas proteínas de origem animal; - Tendências de novos produtos de bebidas alcóolicas e não alcóolicas; - Insumos funcionais: fibras (prebióticos), pós bióticos; - Insumos funcionais: adaptógenos e nootrópicos; - Tendências de novos produtos regionais; - Tendências de novos produtos funcionais; - Tendências de suplementos alimentares; - Tendências de bebidas wellness; - Tendências de novos produtos de origem animal; - Tendências de novos produtos na área de cereais.
	Módulo 1 - Introdução - Introdução ao Design Sprint; - Introdução ao Design Thinking; - Inovação, estratégia e negócios; - Inovação e alimentos; Módulo 2 – O Sprint e sua agilidade - Pilares do Design Thinking; - Etapas do Design Sprint e mapeamento do desafio; - Pré-Design Sprint: Alinhamento de expectativas e definição do time; - Adaptações dos métodos para a Indústria de Alimentos; - Design Sprint 2.0 vs. Tradicional; Módulo 3 - Imersão - Comportamento dos consumidores

Ferramentas para inovação: Design Thinking e Sprint (Fernanda Cipriano)	- Tendências no ramo de alimentos - Entrevista em profundidade - Shadowing - Personas - Mapa de empatia - Jornada do usuário - Levantamento de características de produtos já existentes no mercado Módulo 4 - Análise e a etapa de definição - Análise dos dados e entrevistas - Insights - Brainstorm e filtro de ideias - Do problema à solução: Técnicas de Ideação Ágil (Demos Relâmpago e Crazy Eights) - Diagrama de afinidades e Matriz morfológica - Estruturando o desafio - Social Listening e IA na captura de insights sobre hábitos alimentares. - Análise das amostragens Módulo 5 – Ideação e Prototipagem - Diagrama de afinidades - Blueprint - Priorização de ideias e construção do Briefing técnico - Experimentação ágil: teste em bancada e introdução à planta piloto - Fórmulas e dicas de formulação - Testes de validação - Ajuste de fórmulas, dicas de formulação e fechamento do ciclo do Sprint - Protótipos conceituais vs. Protótipos funcionais
Trabalho de conclusão de curso (Rogerio Malta)	- Conceito inicial do projeto; - Definição da equipe do projeto, papéis e governança; - Mapeamento do setor de alimentos através de fontes de dados primárias e secundárias; - Coleta de dados sobre comportamento de compra, hábitos alimentares e consumo das personas alvo; - Aplicação de inteligência de dados e ferramentas de IA para identificação de sinais fracos, social listening e megatendências em alimentos; - Conceituação do produto alimentício baseada em dados; - Definição da proposta de valor, claims (nutricionais, funcionais ou sustentáveis) e diferenciais de inovação suportados por evidências analíticas; - Mapeamento de concorrência e posicionamento de mercado; - Avaliação de premissas regulatórias e aderência ao consumidor final; - Estimativa do tamanho de mercado (TAM, SAM, SOM) e potencial de atração da categoria; - Cronograma de lançamento do conceito com plano de ação e principais entregas; - Recomendação final estratégica, próximos passos e validações futuras de mercado.
	Módulo 1: IA para levantamento e tratamento de dados

IA aplicada a inovação de alimentos (Rafael Cavalcante)	- Uso de IA para coleta e organização de dados de mercado e consumo; - Limpeza e estruturação de dados com apoio de IA; - Análise exploratória assistida por IA; - Boas práticas de prompt para tratamento de dados confiável; - Prática: tratamento de uma base de dados real com apoio de IA. Módulo 2: IA para criação de documentos no P&D - Redação de relatórios técnicos, fichas técnicas e especificações; - Estruturação de atas, pareceres e documentos de registro de P&D; - Revisão e padronização de documentos com IA; - Prática: geração de um documento técnico de P&D a partir de um briefing real. Módulo 3: IA para acesso a dados técnicos e apoio à ideação - Uso de IA para pesquisa de ingredientes, legislação e literatura técnica; - Cruzamento de dados técnicos para geração de hipóteses de ideação; - Validação e checagem de fontes (evitando alucinações em dados técnicos); - Prática: uso de IA para levantar dados técnicos de um ingrediente/tendência e transformar em hipótese de ideação.
Metodologia de Pesquisa e desenvolvimento de produtos (Ana Alves)	- A nova era do P&D; - Conceitos fundamentais de produtos; - Pesquisa de mercado na era digital (Data-Driven P&D); - Conceitos fundamentais de produtos, classificação e níveis de produtos; - Posicionamento, riscos e erros; - Passos para desenvolver produto: teste em bancada, prototipagem e teste em linha industrial; - Open innovation na prática: cocriação e co-development com fornecedores de ingredientes e tecnologias. - Desenvolvimento de embalagens; - Validação Ágil e aceitação do público-alvo; - O Desafio do Scale-up; - Governança e gestão de portfólio: ciclo de vida do produto (CVP), inteligência de formulação (PLM), fichas técnicas e documentação mandatória. - Governança de Inovação; - Documentos gerados: Ferramentas Digitais de PLM (Product Lifecycle Management) e Formulação
Comportamento do Consumidor (Fernanda Cipriano)	- O consumidor de alimentos em 2027 e o novo marketing; - Evolução do marketing; - As novas Tribos de consumo; - A nova jornada de consumo; - A Psicologia do consumo; - Fundamentos do comportamento e motivações do consumidor - Constructos de consumos e relações consumidor-marca-produto; - Processo perceptivo pelo consumidor: Design Sensorial e Neuromarketing; - Riscos percebidos pelo consumidor;

	- Categorias e Influências na Tomada de Decisão; - Claims Estratégicos; - Alinhamento P&D + Marketing;
Inovação e Design de Futuros (Natasha Pádua)	- Estudo de Futuros: trazendo a inovação do futuro para hoje (Strategic Foresight); - Strategic Foresight e Trendhunting: identificação de sinais fracos e metodologias de mapeamento de futuros; - Os três horizontes da inovação (H1, H2 e H3); - Vetores de disrupção global: forças tecnológicas, ambientais e regulatórias que moldam o futuro de alimentos e bebidas; - Identificação de vetores de inovação em alimentos e bebidas - O uso de IA na identificação de sinais; - Construção de cenários futuros; - Personas do futuro; - Design de futuros na prática: o cone de futuros, personas de próxima geração e metodologia de Backcasting; - Corporate venture e novos modelos de negócio: o ecossistema FOODTECHFUTURE e a governança da inovação radical.
Business Case e Storytelling de Dados para C-level (Cindi Fiacador)	Módulo 1: Construção do Business Case de inovação em alimentos - Estrutura essencial de um Business Case de inovação no setor de alimentos: do problema/oportunidade de mercado até o valor gerado; - Como fundamentar a oportunidade usando dados reais de consumo, hábitos e tamanho de mercado (TAM, SAM, SOM); - Quantificação de potencial de receita, atratividade da categoria e riscos do conceito do produto - Conectando a tese do produto com os KPIs estratégicos e direcionadores do negócio; - Como pensam CEOs, CTOs, CMOs e CFOs: entendendo as dores, prioridades e métricas de cada liderança. Módulo 2: Storytelling de dados e apresentação executiva - Do dado ao insight e da narrativa à decisão (Data to Action); - Estruturação de arcos narrativos focados em negócios: contexto, conflito/problema, evidência por dados, solução (conceito do produto) e chamada para ação (CTA); - Princípios de visualização clara de dados: o que mostrar e o que omitir para evitar sobrecarga cognitiva em reuniões curtas; - Transformando gráficos e planilhas em histórias visuais impactantes e diretas; - Como conduzir reuniões de aprovação: gestão do tempo, controle do pitch e antecipação de objeções técnicas e financeiras da banca executiva.
	- Fontes primárias e secundárias de inteligência em FoodTech: dados de varejo, foodservice, dados regulatórios e bancos de dados globais de consumo; - Mapeamento de sinais fracos (weak signals) e macrotendências emergentes em alimentação e nutrição; - Métricas-chave de mercado: dimensionamento de categorias, market share, penetração de marca e frequência de consumo;

Dados e Inteligência de Mercado (Rafael Cavalcante)	- Integração de dados quantitativos com pesquisas qualitativas para identificação de untapped needs (necessidades não atendidas); - Monitoramento e extração de insights por meio de Social Listening, buscas da web (Google Trends/Search Data) e avaliações de e-commerce (ratings & reviews); - Análise de sentimento e intenção de compra aplicada a tendências nutricionais e ingredientes emergentes; - Mapeamento da jornada do consumidor de alimentos e seus touchpoints de decisão de compra; - Ferramentas e frameworks para sintetizar dados comportamentais em User Personas e perfis de consumo; - Como utilizar dados de mercado para embasar a ideação, o conceito e a validação de novos produtos; - Monitoramento competitivo e rastreamento de lançamentos globais (Intel, Innova Market Insights, etc.); - Métodos de previsão de demanda e identificação do tempo de vida de tendências (fad vs. trend);
Liderança, Negociação e Governança (Fernanda Cipriano)	- Liderança e Negociação; - Liderança técnica x liderança de gestão: dinâmicas de poder x autoridade na indústria e na consultoria; - Estilos de liderança adaptativa para times multidisciplinares e gestão de clientes exigentes; - Mapeamento de sabotadores; - Comunicação assertiva; - Escuta ativa e empatia; - Cultura de feedback; - Governança de P&D: alinhamento entre P&D, qualidade, regulatório, marketing, suprimentos e clientes; - Facilitação de conversas e gestão de stakeholders; - Facilitação de reuniões de alinhamento (Gatekeeping); - Governança em consultoria: alinhamento de escopo, relatórios de evolução e gestão de expectativas do cliente. - Fundamentos da negociação estratégica; - Conceito de BATNA (Melhor Alternativa em Caso de Não Acordo); - Negociação de recursos, priorização de projetos no pipeline e tratativa com fornecedores de ingredientes; - Negociação em consultoria: precificação por valor, gestão de scope creep (alterações não previstas) e defesa do honorário técnico.
IA na Identificação de Sinais e Tendências (Renata Moschini Daudt)	- Conceitos de Foresight Tecnológico e Inteligência Preditiva aplicados ao setor de FoodTech; - O papel da IA na automação do mapeamento de horizontes (Horizon Scanning) e identificação de sinais fracos (weak signals); - Mapeamento e coleta de dados não estruturados: redes sociais, blogs, bancos de patentes e artigos científicos; - Uso de IA Generativa e Large Language Models (LLMs) para síntese e agrupamento (clustering) de conversas e comportamentos emergentes sobre alimentação, nutrição e sustentabilidade; - Engenharia de Prompts aplicada à pesquisa de mercado e ideação de produtos: técnicas para extração de tendências de ingredientes, conceitos e embalagens; - Análise de sentimento e inteligência de texto (NLP) para identificar dores do consumidor e mudanças de hábitos alimentares;

	- Validação e filtragem de ruídos: como diferenciar modismos passageiros (fads) de tendências estruturais utilizando métricas e modelos preditivos; - Exercício prático.
KPIs de Portfólio em Inovação (Renata Moschini Daudt)	- Mapeamento e alinhamento estratégico do portfólio de inovação de alimentos; - Tipos de KPIs de inovação: entrada (input), processo (throughput), saída (output) e impacto (outcome); - Métricas financeiras e de mercado aplicadas ao P&D (ROI de Inovação, Time-to-Market, Taxa de Sucesso de Lançamentos e Índice de Vitalidade); - Métricas de eficiência de processo e bancada (Pipeline de Projetos, Taxa de Atrito/Kill Rate e Ocupação de Planta Piloto); - KPIs de sustentabilidade, wellness e rotulagem limpa no portfólio; - Governança de P&D, tomada de decisão em Stage-Gates e priorização de projetos baseada em dados; - Construção prática de dashboards e acompanhamento de indicadores de inovação para a alta gestão.