

Curso	DESIGN				Núcleo Temático	NEE			Etapa	6
Comp. Curricular		PROJETOS EMPREENDEDORES							Código	ENUN51121
Componente Curricular (CC)		Carga horária (horas)	31,67		EIXO		Projetual	Não		
		Créditos			Universal	X		Sim	X	
			Teórica	Prática	Ateliê	Comum		Creditação da Extensão	Não	
Presencial			2		Específico		X			
Online	Síncrono				Optativo		Sim			
	Assíncrono				Prática como CC					
EaD					Outras Modalidades		Percentual			%
Professores(as)					DRT					
Luciano Venelli Costa					115062-1					
Ementa										
Identificação do problema ou da oportunidade de área de estudo/processo e/ou produto. Análise de soluções para o problema ou oportunidade.										
Proposição de projetos com viabilidade de implementação. Prática de proposição de valor e modelagem de projetos. Construção de planos de negócios simplificados.										
Objetivos Conceituais				Objetivos Procedimentais e Habilidades				Objetivos Atitudinais e Valores		
Pensar criticamente sobre problemas e dilemas do ambiente político, cultural, econômico e socioambiental e possíveis projetos de intervenção por meio do empreendedorismo.				Gerar, selecionar e validar ideias para solução de um problema ou de uma oportunidade identificada.				Valorizar a livre iniciativa e o pensamento empreendedor.		
				Desenvolver habilidades de comunicação, organização e trabalho em equipe.				Atuar com ética e respeito às visões divergentes no trabalho em equipe.		
				Integrar o repertório de conhecimentos para o desenvolvimento do projeto empreendedor.				Refletir criticamente sobre valores subjacentes ao projeto e sua pertinência numa sociedade ética e socioambientalmente sustentável.		
Desenvolver competências para identificação das oportunidades observadas, de proposição e validação de soluções via ação empreendedora.				Desenvolver soluções para a criação de uma nova ação, projeto ou processo empreendedor a partir de uma ideia inovadora.						
Conteúdo Programático										
1. Identificação da oportunidade e modelo de negócios (social e/ou de negócios)										
1.1 Pesquisando o setor escolhido										
1.2 Identificando claramente a oportunidade										
1.2.1 Inovação ou diferenciação em relação aos concorrentes										
1.2.2 Nicho de atuação/ Segmento Alvo										
1.3 Construindo o Business Model Canvas do seu projeto										
2. Validação do Modelo de Negócios (social e/ou de negócios)										
2.1 Premissas do modelo de negócios										
2.2 Técnicas de Validação - persona / mvp										
3. Plano de Negócios (social e/ou de negócios) – parte 1										
3.1 Objetivo e etapas de desenvolvimento de um Plano de Negócios										
3.2 Análise de Mercado e Posicionamento										
3.3 Plano de Marketing (ênfase em Marketing Digital)										
3.4 Plano de Operações: Equipe, Instalações, Parceiros Críticos										
4. Plano de Negócios (social e/ou de negócios) – parte 2										
4.1 Plano Financeiro: Potencial do Projeto e Análise de Riscos										



Metodologia			
<p>Equipes de estudantes trabalharão em um projeto real, para a solução de um problema ou implementação de oportunidade ou na criação de um novo negócio. A contextualização das temáticas será feita pelo professor de forma que os conceitos teóricos sirvam de base para a realização dos projetos.</p> <p>Como as turmas poderão ser compostas por alunos de diferentes cursos, o professor deve privilegiar a formação de equipes multidisciplinares.</p> <p>A metodologia para execução dos projetos deverá incluir as seguintes ferramentas: pensamento visual (design thinking), mapas mentais para empreendedores, modelagem de negócios (business model Canvas), plano de ação para empreendedores e plano de negócios simplificado (business plan).</p>			
Avaliação			
<p>Por ser uma disciplina projetual, a avaliação segue o que determina o regimento, ou seja, avaliações intermediárias e uma avaliação final, por meio de relatórios e/ou apresentações orais a serem entregues nas etapas de desenvolvimento do projeto. As avaliações intermediárias serão:</p> <p>N1 – Identificação da oportunidade (25% da média)</p> <ul style="list-style-type: none">• Nota A - PÚBLICO-ALVO E ANÁLISE DO PROBLEMA/OPORTUNIDADE – ferramentas de design thinking (mapa da empatia, persona, jornada do usuário), contextualização do problema e da concorrência que atua no mesmo problema/oportunidade. (1 ponto)• Nota B - PRODUTO, PROPOSTA DE VALOR (DIFERENCIAL) E PROTÓTIPO (1,5 pontos) <p>N2 – Validação e Plano de Negócios (25% da média)</p> <ul style="list-style-type: none">• Nota F - MODELO DE NEGÓCIO COM VALIDAÇÃO (do negócio e do produto/serviço) (1 ponto)• Nota G - PLANO DE NEGÓCIOS: operacional, marketing, estratégia e viabilidade financeira (1,5 pontos) <p>Avaliação Final (50% da média)</p> <ul style="list-style-type: none">• Nota AF - PITCH – envio do vídeo de apresentação do projeto (5 pontos)			
Bibliografia básica			
<p>GHOBRIL, Alexandre N. Oportunidades, Modelos e Planos de Negócio. São Paulo: Editora Mackenzie, 2017.</p> <p>OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business model generation: inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.</p> <p>RIES, E. A startup enxuta: como empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.</p>			
Bibliografia Complementar			
<p>BARON, Robert; SHANE Scott.A. Empreendedorismo: uma visão de processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.</p> <p>CAVALCANTI, M.; FARAH, O.; MARCONDES, L. Empreendedorismo Estratégico – Criação e Gestão de Pequenos Negócios. São Paulo: Cengage, 2ª. Edição, 2017. https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126972</p> <p>MEIRA, S. Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.</p> <p>OSTERWALDER, A.; BERNARDA, G. Value proposition design:business model generation: como construir propostas de valor inovadoras. São Paulo: HSM Editora, 2014.</p> <p>PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE (PMI). Um guia do conjunto de conhecimentos em gerenciamento de projetos (Guia PMBOK®). 5ª ed. São Paulo: Saraiva, 2014.</p>			
Bibliografia Adicional			
<p>Revistas: Exame PME, Época Negócios, HSM Management, Pequenas Empresas e Grandes Negócios</p> <p>Portais WEB</p> <p>www.sebrae.com.br</p> <p>www.endeavor.org.br</p>			
Coordenador do Curso	Nara Sílvia Marcondes Martins	Diretor da Unidade	Angélica Tanus Benatti Alvim
Coordenador Adjunto			