

Curso		ARQUITETURA E URBANISMO				Núcleo Temático					Etapa	5ª
Comp. Curricular		Projetos Empreendedores								Código	ENUN51121	
Componente Curricular (CC)		Carga horária (horas)		31,67		EIXO		Projetual	Não			
		Créditos			Universal	X	Sim					
		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						
Aline Rayane de Souza Oliveira						117072-8						
Renata Correa Nieto						115209-8						
Ricardo de Abreu Barbosa						115073-8						
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 competências para identificação das oportunidades observadas, de proposição e validação de soluções via ação empreendedora.				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 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 tradicional)												
1.1. Pesquisando o setor escolhido												
1.2. Identificando claramente a oportunidade												
1.3. Inovação ou diferenciação em relação aos concorrentes												
1.4. Nicho de atuação/ Segmento Alvo												
1.5. 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 tradicional) – 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, duas avaliações intermediárias e uma avaliação final, por meio de relatórios e/ou apresentações orais a serem entregues nas etapas de desenvolvimento do projeto.</p>			
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>DOLABELA, Fernando. O segredo de Luisa. São Paulo: Sextante, 2008.</p> <p>MEIRA 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: usiness model generation: como construir propostas de valor inovadoras. São Paulo: HSM Editora, 2014.</p>			
Bibliografia Adicional			
<p>Exame PME Época Negócios HSM Management Pequenas Empresas e Grandes Negócios</p> <p>Portais WEB</p> <p>www.sebrae.com.br www.endeavor.org.br</p>			
Coordenador do Curso	Luiz Alberto Fresl Backheuser	Diretor da Unidade	Carlos Leite de Souza
Coordenador Adjunto	Viviane Manzione Rubio		