

Curso		ARQUITETURA E URBANISMO				Núcleo Temático					Etapa		5ª		
Comp. Curricular		Projetos Empreendedores									Código		ENUN51121		
Componente Curricular (CC)		Carga horária (horas)		31,67		EIXO		X		Projetual		Não			
		Créditos			Universal		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									
Eduardo Sampaio Nardelli						1071314									
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 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															
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.															
Como as turmas poderão ser compostas por alunos de diferentes cursos, o professor deve privilegiar a formação de equipes multidisciplinares.															



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).

Avaliação

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.

Bibliografia básica

GHOBRIL, Alexandre N. Oportunidades, Modelos e Planos de Negócio. São Paulo: Editora Mackenzie, 2017.

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.

RIES, E. A startup enxuta: como empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

Bibliografia Complementar

BARON, Robert; SHANE Scott A. Empreendedorismo: uma visão de processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luisa. São Paulo: Sextante, 2008.

MEIRA MEIRA, S. Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

OSTERWALDER, A.; BERNARDA, G. Value proposition design: usiness model generation: como construir propostas de valor inovadoras. São Paulo: HSM Editora, 2014.

Bibliografia Adicional

Exame PME

Época Negócios

HSM Management

Pequenas Empresas e Grandes Negócios

Portais WEB

www.sebrae.com.br

www.endeavor.org.br

Coordenador do Curso	Lucas Fehr	Diretor da Unidade	Angélica Tanus Benatti Alvim
Coordenador Adjunto	Viviane Manzione Rubio		