



| | |
|---|----------------|
| TÓPICOS ESPECIAIS EM HUMANIDADES E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS: STARTUPS – COMO DESENVOLVER NEGÓCIOS INOVADORES | CÓDIGO: |
|---|----------------|

VALIDADE: Início: **08/2019**

Término: **12/2019**

Carga Horária: Total: 30 horas/aula Semanal: 02 aulas Créditos: 02

Modalidade: Teórica

Classificação do Conteúdo pelas DCN: Básica

Ementa:

DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS INOVADORES – STARTUPS. CLIENTES E USO DOS PRODUTOS. MARKETING DIGITAL. MODELAGEM E FUNCIONAMENTO DO NEGÓCIO.

| Cursos | Período | Eixo | Obrig. | Optativa |
|---------------------------|----------------|--------------------------------|---------------|-----------------|
| Engenharia Mecatrônica | 2 | Humanidades e Ciências Sociais | | X |

Departamento/Coordenação: Departamento de Informática, Gestão e Design

INTERDISCIPLINARIDADES

| Pré-requisitos | Código |
|-----------------------|---------------|
| Não há. | |
| Co-requisitos | |
| Não há. | |

Objetivos: *A disciplina devesse possibilitar ao estudante*

| | |
|---|--|
| 1 | Realizar estudos sobre o desenvolvimento de negócios inovadores. |
| 2 | Analisar e desenvolver processos e métodos de identificação e reconhecimento de oportunidades de negócios de empreendedorismo de alto impacto. |
| 3 | Analisar os fatores que favorecem a proposição e validação de modelo de negócios de projetos inovadores. |

Avaliação

| |
|---|
| Primeira Avaliação – 20 pontos - set/19 |
| Seminário / Debate/ Exercícios – 30 pontos – out/19 |
| Trabalho “Modelagem de Negócios” – 30 pontos – nov/19 |
| Segunda Avaliação – 20 pontos – nov/19 |

Métodos Didáticos

| |
|--|
| Aulas expositivas dialogadas (utilização dos recursos audiovisuais disponíveis). |
| Debates e dinâmicas de grupos. |
| Seminários e palestras. |



| Unidades de ensino | | Carga-horária Horas/aula |
|--------------------|--|-----------------------------|
| 1 | UNIDADE 1 – DESENVOLVENDO NEGÓCIOS INOVADORES: STARTUPS ✓ Apresentação do curso ✓ Conceito de empresa startup ✓ Ideação: liberando as amarras da imaginação ✓ Identificando oportunidades valiosas ✓ Comportamento empreendedor ✓ Imersão no mercado | 08 |
| 2 | UNIDADE 2 – CLIENTES E USO DOS PRODUTOS ✓ Obsessão pelo usuário ✓ Validação e produto mínimo viável (MVP) | 04 |
| 3 | UNIDADE 3 – MARKETING DIGITAL ✓ Ferramentas de marketing digital ✓ Elaboração do Pitch | 04 |
| 4 | UNIDADE 4 – MODELAGEM DO NEGÓCIO ✓ Modelos de negócios - Business Model Canvas ✓ Escalando o seu produto ✓ Cultura da inovação e empreendedorismo ✓ Operações | 06 |
| 5 | UNIDADE 5 – FUNCIONAMENTO DO NEGÓCIO ✓ Ecossistemas da inovação e do empreendedorismo ✓ Financiamento ✓ Adquirindo experiência ✓ Orientação para a gestão do negócio ✓ Incubadoras e aceleradoras de empresas. | 08 |
| Total | | 30 |

Bibliografia Básica

| | |
|---|---|
| 1 | GUILLEBEAU, C. A Startup de \$100 - Abra o negócio dos seus sonhos e reinvente sua forma de ganhar a vida. São Paulo: Saraiva, 2013. |
| 2 | MEIRA MEIRA, S. Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil . Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013. |
| 3 | 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

| | |
|---|--|
| 1 | CHESBROUGH, H. Modelos de negócios abertos : como prosperar no novo cenário da inovação. Porto Alegre: Bookman, 2012. |
| 2 | DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo : transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2013 |
| 3 | JÚDICE, V. Empreendedorismo de base tecnológica . Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. |
| 4 | NAKAGAWA, M. Plano de negócio : teoria geral. Rio de Janeiro: Sextante, 2010. |
| 5 | 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. |