

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

SAM ADAM HOFFMANN CONCEIÇÃO

**DO PRODUTO EDUCACIONAL À STARTUP: AUTOETNOGRAFIA CRÍTICA DE
UM PROFESSOR-EMPREENDEDOR**

CURITIBA

2025

SAM ADAM HOFFMANN CONCEIÇÃO

**DO PRODUTO EDUCACIONAL À STARTUP: AUTOETNOGRAFIA CRÍTICA DE
UM PROFESSOR-EMPREENDEDOR**

**From educational product to startup: critical autoethnography of a teacher-
entrepreneur**

Tese apresentada como requisito para obtenção do título de Doutor em Ensino de Ensino de Ciências e Matemática no Programa de Pós-Graduação em Formação Científica, Tecnológica e Educacional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Orientador(a): Arandi Ginane Bezerra Junior.

CURITIBA

2025



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Esta licença permite remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, para fins não comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es) e que licenciem as novas criações sob termos idênticos. Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Curitiba



SAM ADAM HOFFMANN CONCEICAO

DO PRODUTO EDUCACIONAL À STARTUP: AUTOETNOGRAFIA CRÍTICA DE UM PROFESSOR-EMPREENDEDOR

Trabalho de pesquisa de doutorado apresentado como requisito para obtenção do título de Doutor Em Ensino De Ciências E Matemática da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Área de concentração: Ensino, Aprendizagem E Mediações.

Data de aprovação: 04 de Outubro de 2025

Dr. Arandi Ginane Bezerra Junior, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dr. Aldo Nelson Bona, Doutorado - Universidade Estadual do Centro Oeste (Unicentro)

Giulio Domenico Bordin, - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dr. Luciano Rogerio De Lemos Meira, Doutorado - Universidade Federal de Pernambuco (Ufpe)

Dr. Marcos Antonio Florczak, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dr. Vicente Martin Mastrocola, Doutorado - Escola Superior de Propaganda e Marketing (Espm)

Documento gerado pelo Sistema Acadêmico da UTFPR a partir dos dados da Ata de Defesa em 17/11/2025.

O PRODUTO EDUCACIONAL

Como Produto Educacional proposto no contexto deste processo de doutoramento, apresenta-se uma sugestão de disciplina intitulada "Educação e Empreendedorismo", com enfoque específico na monetização de Produtos Educacionais desenvolvidos tanto no âmbito dos programas de pós-graduação quanto em outros contextos.

A estrutura da disciplina foi elaborada considerando os desafios descritos por Hoffmann em seu diário de bordo, bem como os conhecimentos adquiridos durante seu percurso empreendedor. Assim, busca-se oferecer os fundamentos essenciais para que outros pós-graduandos ou educadores interessados possam também empreender, com os subsídios necessários para garantir a sustentabilidade de seus projetos educacionais durante, pelo menos, dois anos de operação.

Os conteúdos programáticos da disciplina foram discriminados detalhadamente, e uma versão completa da ementa está disponível nos apêndices desta tese. Importante destacar que, conforme disposto na Resolução nº 03, de 07 de outubro de 2020, que regulamenta a política de licenciamento das versões finais de Dissertações e Teses, bem como dos Produtos Educacionais ou Tecnológicos a elas vinculados, a licença atribuída a este material segue o modelo Creative Commons Atribuição, Não Comercial, Compartilha Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), conforme discutido no capítulo 2 desta tese. Essa política garante que o material seja acessível e replicável, respeitando as limitações legais e éticas do contexto acadêmico.

1.1 A Disciplina de Empreendedorismo & Produtos Educacionais

Propõe-se uma disciplina optativa para ser oferecida aos pós-graduandos do Programa de Pós-Graduação em Formação Científica, Educacional e Tecnológica (PPGFCET) da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). No entanto, a proposta é suficientemente ampla para ser adotada por outros programas de pós-

graduação, no âmbito da Educação e do Ensino, que busquem fomentar o empreendedorismo educacional.

A disciplina, intitulada “Educação e Empreendedorismo”, terá uma carga horária de 60 horas, estruturada em 15 encontros de 4 horas cada. A modalidade de oferta poderá ser tanto presencial quanto remota, possibilitando maior flexibilidade e acessibilidade aos interessados. Subsequentemente neste texto, serão detalhados os tópicos específicos a serem abordados em cada encontro da disciplina.

Encontro 01: Produtos Educacionais

Este encontro será dedicado a introduzir e aprofundar o conceito de Produtos Educacionais, explorando não apenas sua definição, mas também as possibilidades práticas de aplicação em diferentes contextos educacionais. Serão discutidos os desafios específicos enfrentados na criação e implementação desses produtos tanto no âmbito acadêmico quanto no mercadológico, incluindo limitações estruturais, financeiras e legais que podem impactar seu desenvolvimento e alcance.

Será abordada a legislação vigente no Brasil que regulamenta a produção e o licenciamento de Produtos Educacionais, destacando as exigências formais e as oportunidades que a conformidade com essas normas pode trazer para os criadores. O encontro também promoverá uma análise crítica sobre o papel desses produtos no avanço da educação e no estímulo ao empreendedorismo entre educadores e pesquisadores.

Encontro 02: Teoria do Effectuation

Este encontro será destinado à apresentação detalhada e ao aprofundamento da Teoria do Effectuation, uma abordagem inovadora para a tomada de decisão em contextos de incerteza. Desenvolvida pela professora Saras Sarasvathy (2008), a teoria oferece um framework prático e dinâmico para empreendedores que buscam transformar ideias em realidades, mesmo quando enfrentam recursos limitados ou cenários imprevisíveis.

Durante a aula, os princípios fundamentais do Effectuation, como Bird in Hand (trabalhar com os recursos disponíveis), Affordable Loss (limitar os riscos assumidos)

e Crazy Quilt (formação de parcerias estratégicas), serão explorados de maneira aplicada ao contexto do desenvolvimento de Produtos Educacionais. Além disso, serão promovidas discussões sobre como esses princípios podem ser usados para superar barreiras comuns enfrentadas por educadores que desejam empreender. A aula também incluirá estudos de caso e atividades práticas que permitirão aos participantes aplicar os conceitos aprendidos a situações reais, estimulando o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora voltada para a inovação educacional.

Encontro 03: Design Thinking - Empatia, Definir e Idear

Este encontro será dedicado à introdução ao Design Thinking, uma abordagem centrada no ser humano para a solução de problemas complexos, com foco na criação de soluções inovadoras. A aula enfatizará as três etapas iniciais do processo: Empatia, Definição de Problemas e Ideação, considerando sua aplicação específica no desenvolvimento de Produtos Educacionais.

Na etapa de Empatia, será explorada a importância de compreender profundamente os usuários finais – estudantes, professores ou instituições educacionais – por meio de métodos como entrevistas, observação e mapeamento de jornada. Este processo visa identificar necessidades latentes e gerar insights que servirão como base para as próximas etapas.

Na fase de Definição de Problemas, os participantes aprenderão a transformar os dados coletados na etapa anterior em um problema claro e bem definido, que será o ponto de partida para a ideação. Técnicas como a formulação de pontos de vista e a criação de perguntas norteadoras serão abordadas para garantir que os problemas sejam analisados de forma estruturada e objetiva.

Por fim, na etapa de Ideação, serão apresentados métodos criativos para gerar um amplo leque de ideias e soluções possíveis para os problemas definidos. Ferramentas como brainstorming e brainwriting serão exploradas para estimular a criatividade dos participantes, permitindo-lhes propor soluções viáveis e inovadoras para desafios educacionais.

A aula combinará teoria e prática, com atividades em grupo que permitirão aos participantes vivenciar o processo de Design Thinking em tempo real, aplicando os conceitos aprendidos no desenvolvimento de Produtos Educacionais.

Encontro 04: Design Thinking - Prototipar e Testar

Este encontro dará continuidade ao estudo do Design Thinking, iniciados na aula anterior, com foco nas etapas de Prototipação e Teste, fundamentais para transformar ideias em soluções tangíveis e refiná-las a partir de feedbacks. Essas etapas são especialmente relevantes no desenvolvimento de Produtos Educacionais, pois permitem validar conceitos antes de sua implementação em larga escala.

Na etapa de Prototipação, os participantes aprenderão a criar representações simplificadas e funcionais de suas ideias. Serão apresentadas diversas formas de protótipos, desde esboços em papel e modelos físicos até simulações digitais, dependendo da natureza do Produto Educacional em desenvolvimento. O objetivo será criar protótipos rápidos e de baixo custo que permitam explorar as funcionalidades e limitações da solução proposta.

Já na etapa de Teste, será enfatizada a importância de submeter os protótipos ao uso prático por seus usuários finais: estudantes, professores ou gestores educacionais. Técnicas para a coleta de feedback qualitativo e quantitativo serão abordadas, destacando como essas informações podem ser usadas para identificar falhas, ajustar funcionalidades e otimizar a solução.

Durante a aula, os participantes serão incentivados a criar protótipos de suas próprias ideias educacionais e testá-los entre seus colegas, simulando um ambiente controlado de avaliação. Essa prática permitirá que os participantes adquiram experiência na condução de testes e aprendam a interpretar criticamente os resultados, utilizando-os como base para melhorias iterativas no desenvolvimento do Produto Educacional.

Encontro 05: Metodologias Ágeis para Gestão de Projetos Educacionais

Este encontro será dedicado à apresentação das metodologias ágeis, destacando sua aplicação como ferramentas eficazes para o planejamento e

execução de projetos educacionais. O objetivo central é capacitar os participantes a adotar abordagens flexíveis, iterativas e centradas na colaboração, características fundamentais para atender às demandas de um ambiente educacional dinâmico e em constante mudança.

Os principais conceitos das metodologias ágeis serão explorados, com ênfase em práticas como Scrum e Kanban. No contexto educacional, será discutido como essas abordagens podem ser adaptadas para planejar, monitorar e concluir projetos, como o desenvolvimento de Produtos Educacionais ou a implementação de novas práticas pedagógicas.

Serão apresentados estudos de caso e exemplos reais de aplicação das metodologias ágeis em projetos educacionais, proporcionando aos participantes uma visão prática de como essas ferramentas podem melhorar a produtividade, reduzir riscos e aumentar a satisfação dos stakeholders. Atividades práticas permitirão que os participantes experimentem a implementação de metodologias ágeis em projetos fictícios, promovendo a internalização dos conceitos abordados.

Encontro 06: Modelo C - Teoria da Mudança

Este encontro será dedicado à Teoria da Mudança, explorando sua relevância como ferramenta estratégica para planejar, implementar e avaliar o impacto social de Produtos Educacionais. A Teoria da Mudança permite mapear o caminho lógico que conecta ações realizadas a resultados esperados, destacando os recursos, atividades, outputs e outcomes necessários para gerar impacto significativo.

Inicialmente, será apresentada a definição da Teoria da Mudança, enfatizando sua abordagem sistemática para identificar os pressupostos que sustentam uma intervenção educacional e os indicadores que permitem medir seu sucesso. O foco será na construção de uma narrativa lógica que explique como e por que as ações propostas levarão aos resultados desejados no contexto educacional.

No contexto dos Produtos Educacionais, a Teoria da Mudança será aplicada para orientar o planejamento estratégico, ajudando os participantes a identificar objetivos de curto, médio e longo prazo, bem como os recursos e ações necessários para alcançá-los. Serão discutidos exemplos práticos de como educadores e

empreendedores podem estruturar uma Teoria da Mudança para garantir que seus produtos atendam às demandas reais dos usuários e promovam impacto mensurável.

Encontro 07: Modelo C - Fluxo de Negócio

Este encontro será dedicado à exploração do fluxo de negócios no Modelo C, com foco em mapear atividades essenciais, identificar recursos críticos e estabelecer parcerias estratégicas necessárias para a criação e operação de Produtos Educacionais. O objetivo é capacitar os participantes a estruturar modelos de negócios eficientes e sustentáveis, alinhados ao impacto social pretendido.

A aula começará com uma introdução aos conceitos centrais do Modelo C, destacando sua abordagem integrada para negócios de impacto, que busca equilibrar objetivos sociais e financeiros. Em seguida, serão detalhadas as etapas para mapear o fluxo de negócios, com ênfase na identificação de atividades-chave (como design do produto, distribuição e avaliação de impacto), recursos necessários (humanos, financeiros e materiais) e parceiros estratégicos que podem contribuir para o sucesso do produto.

Os participantes também serão introduzidos a ferramentas práticas, como o Business Model Canvas, adaptado ao contexto do Modelo C, para visualizar e organizar os elementos do fluxo de negócios. Serão apresentados exemplos de aplicação no campo educacional, demonstrando como iniciativas bem-sucedidas estruturaram seus fluxos de negócios para atingir objetivos de impacto.

Encontro 08: Modelo C - Capacidade Organizacional

Este encontro será focado na discussão sobre como estruturar e desenvolver a capacidade organizacional necessária para a operação de Produtos Educacionais em larga escala. A capacidade organizacional refere-se ao conjunto de recursos, habilidades, processos e estruturas necessárias para que uma organização alcance seus objetivos de maneira eficaz, sustentável e escalável.

A aula terá início com uma introdução ao conceito de capacidade organizacional, destacando sua relevância para o crescimento e a sustentabilidade de iniciativas educacionais. Serão apresentados os principais pilares que compõem essa

capacidade, incluindo gestão de recursos humanos, sistemas de governança, processos operacionais, cultura organizacional e tecnologia.

No contexto de Produtos Educacionais, será discutido como planejar e organizar recursos para atender a uma demanda crescente, mantendo a qualidade e a eficiência. Exemplos práticos incluirão estratégias para formar e capacitar equipes, implementar processos internos eficientes e utilizar tecnologias para automatizar tarefas e melhorar a produtividade.

Encontro 09: Modelos de Negócio e Monetização de Produtos Educacionais

Este encontro será dedicado ao estudo dos principais modelos de negócios aplicáveis a Produtos Educacionais, explorando estratégias de monetização que garantam tanto impacto social quanto sustentabilidade financeira. O objetivo é capacitar os participantes a identificar e implementar modelos de negócios eficazes e éticos no contexto educacional.

Inicialmente, será feita uma introdução aos conceitos fundamentais de modelos de negócios, com destaque para abordagens tradicionais, como B2B (Business-to-Business) e B2C (Business-to-Consumer), além de modelos híbridos, como B2B2C, que integram múltiplos stakeholders no processo de entrega de valor. Serão analisadas as características específicas de cada modelo no contexto de Produtos Educacionais, considerando suas vantagens, desafios e requisitos de implementação.

A aula também abordará estratégias de monetização que conciliam objetivos educacionais e financeiros, como licenciamento de conteúdos, assinaturas, financiamento por patrocinadores e parcerias estratégicas. Serão apresentados estudos de caso de iniciativas bem-sucedidas que utilizaram esses modelos para alcançar impacto significativo sem comprometer a sustentabilidade.

Encontro 10: Precificação e Planejamento Financeiro

Este encontro será dedicado à discussão sobre precificação de Produtos Educacionais e ao desenvolvimento de um planejamento financeiro eficaz, elementos essenciais para garantir a sustentabilidade de iniciativas educacionais. O objetivo é

capacitar os participantes a estabelecer preços justos e competitivos, enquanto gerenciam de forma eficiente os recursos financeiros disponíveis.

A aula começará com uma introdução aos principais métodos de precificação, incluindo precificação baseada em custos, precificação baseada em valor e precificação competitiva. Cada método será discutido em detalhes, com exemplos de sua aplicação no contexto educacional, considerando as peculiaridades desse mercado, como restrições orçamentárias de escolas públicas e a percepção de valor dos produtos educacionais.

Em continuidade, será abordada a importância de um planejamento financeiro eficaz, com foco na projeção de receitas e despesas, gestão de fluxo de caixa e análise de viabilidade econômica. Serão apresentados instrumentos financeiros, como break-even analysis, para auxiliar na tomada de decisões informadas.

Encontro 11: Comunicação e Posicionamento

Este encontro será dedicado à análise e discussão das principais estratégias de comunicação e posicionamento de Produtos Educacionais no mercado, considerando as especificidades de diferentes públicos-alvo, como gestores escolares, professores, estudantes e patrocinadores. O objetivo é capacitar os participantes a criar estratégias alinhadas às necessidades de seus produtos e públicos, garantindo a efetividade da mensagem e o reconhecimento da marca no setor educacional.

A aula iniciará com a apresentação dos conceitos fundamentais de posicionamento, destacando como uma proposta de valor clara e diferenciada é essencial para conquistar a confiança do mercado. Serão discutidos elementos-chave do posicionamento, como a definição do público-alvo, o alinhamento entre mensagem e proposta de valor, e a identificação dos diferenciais competitivos dos Produtos Educacionais.

Na sequência, serão analisadas as estratégias de comunicação para diferentes públicos, considerando suas características e interesses. Por exemplo, gestores escolares podem valorizar dados que comprovem o impacto do produto na aprendizagem, enquanto patrocinadores podem estar mais interessados em métricas

de alcance e retorno sobre investimento. Serão abordados canais de comunicação, como mídias digitais, eventos presenciais, publicações científicas e relatórios de impacto.

Estudos de caso de campanhas bem-sucedidas no setor educacional serão apresentados, destacando como marcas conseguiram estabelecer conexões fortes com seus públicos-alvo. Além disso, serão discutidos os desafios e boas práticas para lidar com a diversidade de stakeholders no mercado educacional, garantindo uma comunicação eficaz e um posicionamento consistente.

Encontro 12: Avaliação de Impacto Social

Este encontro será dedicado à introdução das principais metodologias utilizadas para avaliar o impacto social de Produtos Educacionais, com ênfase na abordagem SROI (Social Return on Investment). O objetivo é capacitar os participantes a utilizar ferramentas e técnicas que permitam mensurar e comunicar o valor social gerado por seus produtos, alinhando seus resultados aos objetivos de impacto educacional e social.

A aula terá início com uma visão geral sobre a importância da avaliação de impacto social no setor educacional, destacando como essa prática contribui para a credibilidade, a melhoria contínua e a atração de investimentos. Em seguida, serão apresentados os conceitos fundamentais do SROI, uma metodologia que busca quantificar o impacto social gerado em termos monetários, possibilitando uma análise clara do retorno sobre o investimento realizado.

Serão explorados os passos principais do SROI, incluindo a identificação de stakeholders, o mapeamento de resultados, a atribuição de valores monetários aos impactos gerados e a análise de indicadores financeiros, como a relação custo-benefício. Além disso, a aula abordará a aplicação prática do SROI em Produtos Educacionais, exemplificando como essa abordagem pode ser adaptada para diferentes contextos educacionais e públicos.

Estudos de caso de aplicação do SROI no setor educacional serão discutidos, ilustrando como organizações têm utilizado essa metodologia para comunicar o impacto social de suas iniciativas a patrocinadores, investidores e comunidades. O

encontro também destacará as limitações e os cuidados necessários ao adotar o SROI, garantindo que os resultados sejam interpretados e utilizados de forma ética e responsável.

Encontro 13: Pitch & Pitch Deck

Este encontro será dedicado à elaboração e apresentação de pitches, uma ferramenta essencial para captar a atenção de investidores e stakeholders interessados em Produtos Educacionais. O objetivo é capacitar os participantes a construir apresentações objetivas, convincentes e bem estruturadas, que comuniquem de forma clara o valor, o impacto e o potencial de seus produtos.

Será introduzido o conceito de pitch, destacando suas principais características e finalidades no contexto educacional e empreendedor. Serão apresentados os elementos essenciais de um bom pitch, incluindo a definição do problema, a solução proposta, o modelo de negócios, o mercado-alvo, os diferenciais competitivos, os resultados obtidos e as projeções futuras.

Em seguida, será detalhado o processo de construção de um pitch deck eficaz, com foco em aspectos visuais, organização de conteúdo e adaptação da narrativa ao público-alvo. Ferramentas e boas práticas para estruturação de apresentações, como o uso de dados, gráficos e storytelling, serão exploradas para fortalecer o impacto das mensagens.

Serão apresentados exemplos reais de pitches bem-sucedidos no setor educacional, analisando o que tornou essas apresentações eficazes na conquista de apoio financeiro e estratégico. Além disso, os participantes aprenderão técnicas para melhorar a performance pessoal durante a apresentação, incluindo controle da linguagem corporal, tom de voz e respostas a perguntas frequentes.

Atividades práticas incluirão a elaboração de pitches individuais ou em grupo, seguidos de apresentações simuladas para a turma, que atuarão como investidores e stakeholders. Os participantes receberão feedbacks construtivos, permitindo ajustes e melhorias em suas apresentações. Ao final, espera-se que os participantes estejam preparados para elaborar e apresentar pitches que destaquem o valor de seus Produtos Educacionais e atraiam o interesse de investidores e parceiros estratégicos.

Encontro 14: Apresentação da Pré-Banca

Este encontro será dedicado à apresentação preliminar dos projetos desenvolvidos pelos participantes ao longo da disciplina. O objetivo é proporcionar uma oportunidade para que os alunos compartilhem suas propostas de Produtos Educacionais com uma banca avaliadora, composta por professores e profissionais convidados, recebendo feedbacks detalhados e sugestões para aprimoramento. Nesse sentido, a aula será estruturada em três etapas principais:

1. **Preparação para a Apresentação:** Os participantes terão um tempo inicial para revisar seus pitches e materiais de apoio, com foco em refinar os pontos principais que desejam destacar para a banca. Dicas sobre organização e clareza na comunicação serão reforçadas antes das apresentações.

2. **Apresentação para a Banca Avaliadora:** Cada aluno ou grupo terá um tempo delimitado para apresentar seu projeto, seguindo o formato de pitch desenvolvido nas aulas anteriores. Serão destacados elementos como o problema identificado, a solução proposta, o modelo de negócios, as estratégias de impacto e os resultados esperados.

3. **Feedback e Discussão:** Após cada apresentação, a banca avaliadora oferecerá comentários detalhados sobre os pontos fortes do projeto, áreas de melhoria e sugestões práticas para ajustes. O feedback será orientado a ajudar os participantes a alinhar suas propostas às expectativas do mercado educacional e de potenciais investidores ou stakeholders.

Encontro 15: Apresentação da Banca

Este encontro será dedicado à apresentação final dos Produtos Educacionais desenvolvidos pelos participantes durante a disciplina. O objetivo é proporcionar uma avaliação abrangente dos projetos por uma banca composta por especialistas do setor educacional, empreendedores e stakeholders convidados, consolidando o aprendizado da disciplina e preparando os participantes para o mercado real.

PLANO DE DISCIPLINA

IDENTIFICAÇÃO		
CURSO: Mestrado/Doutorado em Formação Científica, Tecnológica e Educacional		
DISCIPLINA: Educação e Empreendedorismo	CÓDIGO DA DISCIPLINA:	
PRÉ-REQUISITO:		
UNIDADE CURRICULAR: Obrigatória [] Optativa [X]	SEMESTRE:	
CARGA HORÁRIA		
TEÓRICA: 30 horas	PRÁTICA: 30 horas	EaD: a depender
CARGA HORÁRIA SEMANAL: 4 horas		
CARGA HORÁRIA TOTAL: 60 horas		
DOCENTE RESPONSÁVEL: Sam Adam Hoffmann Conceição		

EMENTA

A disciplina propõe uma abordagem prática e reflexiva sobre o desenvolvimento, gestão e monetização de Produtos Educacionais com base em princípios de empreendedorismo, inovação e impacto social. Articulando teoria e prática, os participantes serão capacitados a transformar suas propostas educacionais em soluções economicamente sustentáveis e socialmente relevantes.

OBJETIVOS

- Compreender as etapas do desenvolvimento de Produtos Educacionais inovadores.
- Aplicar métodos de design, gestão e avaliação ao ciclo de vida de um produto.
- Desenvolver competências empreendedoras para atuação no setor educacional.
- Estruturar modelos de negócios sustentáveis e alinhados ao impacto social.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Aula 01	Produtos Educacionais
Aula 02	Teoria do Effectuation
Aula 03	Design Thinking – Empatia, Definir e Idear
Aula 04	Design Thinking – Prototipar e Testar
Aula 05	Metodologias Ágeis para Gestão de Projetos Educacionais
Aula 06	Modelo C – Teoria da Mudança
Aula 07	Modelo C – Fluxo de Negócio
Aula 08	Modelo C – Capacidade Organizacional
Aula 09	Modelos de Negócios e Monetização de Produtos Educacionais
Aula 10	Precificação e Planejamento Financeiro
Aula 11	Comunicação e Posicionamento

Aula 12	Avaliação de Impacto Social
Aula 13	Pitch & Pitch Deck
Aula 14	Apresentação da Pré-Banca
Aula 15	Apresentação da Banca

METODOLOGIA DE ENSINO

Aulas expositivas dialogadas, estudos de caso, atividades práticas em grupo, mentorias, simulações de pitch e apresentações públicas.

RECURSOS DIDÁTICOS

- Quadro
- Projetor
- Vídeos/DVDs
- Periódicos/Livros/Revistas/Links
- Equipamento de Som
- Laboratório
- Softwares
- Outros

AVALIAÇÃO

Entregas Parciais e Documentação do Processo		Desenvolvimento do Produto Educacional ou Protótipo		Apresentação Final Pitch & Banca	
Peso:	30%	Peso:	30%	Peso:	40%

A média será composta com base nos pesos indicados para cada critério. Para aprovação, o estudante deverá atingir, no mínimo, 70 pontos (em 100) e frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

1. BROWN, Tim. Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society. Harvard Business Review Press, 2009.
2. SARASVATHY, Saras D. Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2008.
3. VILLAR, Celso Grecco; VILAR, Fernando V. Negócios de Impacto Social: Um guia para empreendedores, investidores e organizações da sociedade civil. São Paulo: Instituto Sabin, 2020.

Bibliografia Complementar:

ALMEIDA, N. A.; BERNARDES, R. C. (org.). Modelos de Negócio de Impacto Social: O Modelo C. São Paulo: ICE, 2020.

FREIRE, João Batista. Educar para empreender. Campinas: Papirus, 2013.

PERRY, J.; CHANDLER, G.; MARKOVA, G. (2012). Entrepreneurial Effectuation: A Review and Suggestions for Future Research. Entrepreneurship Theory and Practice, v. 36, n. 4.

SEBRAE. Educação Empreendedora: guia do professor. Brasília: Sebrae, 2014.

YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMANN-ORTEGA, Laurence.

Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. Long Range Planning, 2010.