

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENSINO DE CIÊNCIAS HUMANAS,
SOCIAIS E DA NATUREZA – PPGEN

SELAINÉ APARECIDA DA SILVA

GUIA DIDÁTICO PARA PROFESSORES:
PRÁTICAS DE ENSINO PARA PROJETOS EMPRESARIAIS E MODELAGENS DE
NEGÓCIOS

LONDRINA

2022

SELAINE APARECIDA DA SILVA

GUIA DIDÁTICO PARA PROFESSORES:

PRÁTICAS DE ENSINO PARA PROJETOS EMPRESARIAIS E MODELAGENS DE
NEGÓCIOS

TEACHING GUIDE FOR TEACHERS:

TEACHING PRACTICES FOR BUSINESS PROJECTS AND BUSINESS MODELS

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito para à obtenção do título de Mestre em Ensino, do Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências Humanas, Sociais e da Natureza, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Área de concentração: Ensino, ciências e Novas Tecnologias.

Orientador: Prof. Dr. Jair de Oliveira

LONDRINA

2022



[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.



SELAINÉ APARECIDA DA SILVA

GUIA DIDÁTICO PARA PROFESSORES: PRÁTICAS DE ENSINO PARA PROJETOS EMPRESARIAIS E MODELAGENS DE NEGÓCIOS

Trabalho de pesquisa de mestrado apresentado como requisito para obtenção do título de Mestra Em Ensino De Ciências Humanas, Sociais E Da Natureza da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Área de concentração: Ensino, Ciências E Novas Tecnologias.

Data de aprovação: 12 de Dezembro de 2022

Jair De Oliveira, - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dr. Andre Luis Salvador, Doutorado - Universidade Estadual do Norte do Paraná (Uenp)

Eduardo Filgueiras Damasceno, - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Documento gerado pelo Sistema Acadêmico da UTFPR a partir dos dados da Ata de Defesa em 12/12/2022.

GUIA DIDÁTICO PARA PROFESSORES

PRÁTICAS DE ENSINO PARA PROJETOS
EMPRESARIAIS E MODELAGENS DE NEGÓCIOS



SELAINÉ APARECIDA DA SILVA
JAIR DE OLIVEIRA



APRESENTAÇÃO

Prezados Professores,

Este Guia Didático constitui o Produto Educacional que faz parte da pesquisa de Mestrado, intitulada “Guia Didático para Professores: Práticas de ensino para projetos empresariais e modelagens de negócios”, desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências Humanas, Sociais e da Natureza ofertado pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

O material é destinado aos professores que ministram a disciplina de Elaboração e Análise de Projetos, do curso Técnico em Administração e tem como objetivos: ser um material pedagógico auxiliar para os docentes da disciplina e contribuir para o processo de ensino e aprendizagem de projetos empresariais e modelagens de negócios, com possibilidades de atividades práticas para o ensino.

A proposta tem como princípios norteadores contemplar os dois conteúdos estruturantes da disciplina, portanto está dividido em dois módulos:

Módulo 1 - Desenvolvimento do Projeto;
Módulo 2 - Plano de Negócios.

Os módulos deste Guia Didático, não precisam ser aplicados em sequência, podendo ser utilizado



conforme a necessidade de ensino. Espera-se que este material didático possa colaborar com as estratégias de ensino e que proporcione o engajamento dos alunos, a partir das atividades práticas.

Os autores

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Scrum.....	13
Figura 2 - Mapa de Empatia.....	17
Figura 3 - Modelo de Negócios Canvas.....	20



SUMÁRIO

MODO DE UTILIZAÇÃO DO GUIA.....	4
MÓDULO 1 - DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	6
1.1 Estudo de Caso	7
1.2 PDCA - Avião	9
1.3 eduScrum - Palito de Sorvete	11
MÓDULO 2 – PLANO DE NEGÓCIOS	14
2.1 Mapa de Empatia	15
2.2 Modelo de Negócios Canvas	18
2.3 Pitch de Apresentação	21
2.4 Feira de Empreendedorismo	24
CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	27
OS AUTORES	29
APÊNDICES	30
Apêndice A – Procura-se um gerente de projeto	32
Apêndice B – eduScrum	34
Apêndice C – Mapa de Empatia	36
Apêndice D – Modelo de Negócios Canvas	38

MODO DE UTILIZAÇÃO DO GUIA

Este Guia Didático apresenta dois módulos com atividades práticas para o ensino da disciplina de Elaboração e Análise de Projetos no curso Técnico em Administração.

Em cada atividade prática proposta, apresentam-se as seguintes orientações para a realização das atividades:

Objetivo de aprendizagem: Descrição e objetivo da atividade que o aluno irá realizar;

Metodologia: Sugestão da metodologia para realização da atividade;

Material: O material necessário para a realização da atividade;

Sugestão: Orientação de aplicação de atividade (individual / equipes);

Sugestão de leitura: Ao final de cada atividade proposta, são listadas as referências e sugestão de leitura, que poderão orientar o professor na aplicação da atividade.

As atividades propostas no Módulo 1 – Desenvolvimento de Projetos são: Estudo de Caso – um instrumento pedagógico para promover o debate entre os alunos sobre projetos e gerente de projetos; PDCA – Avião é uma metodologia de gestão de projetos que visa à melhoria contínua nos processos; eduScrum – Palito de Sorvete é uma metodologia ágil para o gerenciamento de projetos, a atividade irá proporcionar aos alunos uma nova abordagem de planejamento e execução de projetos.

As atividades propostas no Módulo 2 – Plano de Negócios são: Mapa de Empatia – uma ferramenta para os alunos compreenderem e entender o seu negócio a partir do olhar do cliente; Modelo de Negócios Canvas, um instrumento para a modelagem de negócios em uma única folha, descrevendo em nove componentes como uma organização pretende gerar valor; *Pitch* – uma apresentação rápida de um produto ou serviço. A recomendação para que essa atividade seja aplicada após a elaboração do Canvas, para que os empreendedores façam a apresentação da ideia de negócios da atividade anterior; Feira de Empreendedorismo, um evento para estimular o empreendedorismo dos alunos, a partir das ideias de produtos e serviços desenvolvidas no Plano de Negócios – Canvas.

As atividades propostas nesse Guia Didático foram propostas de acordo com os conteúdos estruturantes da disciplina, porém sua aplicação pode ser alterada de acordo com a necessidade de cada turma.

MÓDULO 1

DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS

ESTUDO DE CASO

Objetivo de aprendizagem: Fomentar um debate entre os alunos sobre projeto e gerente de projeto.

Metodologia: Apresentação de estudo de caso.

Material: Cópias do estudo de caso para cada aluno (Apêndice A).

Sugestão: Dividir os alunos em equipes de 3 a 5 alunos, para que possam levantar hipóteses, argumentar e responder as questões.

PROCURA-SE UM GERENTE DE PROJETO

Nosso cliente é o governo teocrático de um importante país do Oriente Médio. Fomos contratados para selecionar um gerente de projeto, que deverá planejar e administrar a construção de uma obra de grande porte. O ocupante do cargo deverá contratar e controlar fornecedores de blocos de pedras, que serão necessários em quantidades imensas (cerca de 2.500.000 blocos, com peso médio de 2,5 toneladas). Sob sua autoridade direta, o gerente desse projeto terá supervisores para a mão-de-obra operacional, que se estima atinjam o número de 100.000 trabalhadores ao longo dos 20 anos, para concluir a obra que nosso cliente está imaginando. Matemáticos e astrônomos fornecerão ao gerente as diretrizes para que a obra, alinhada com a Constelação de Órion, seja um primor de exatidão. Nenhum traço de como a obra será feita deverá ser deixado para a posterioridade. No futuro distante, as pessoas ainda deverão estar se perguntando como e por que a obra foi construída. Cartas sob o código Grande Pirâmide aos cuidados deste projeto, até o próximo domingo.

QUESTÕES:

1. Pense em um projeto contemporâneo de grande porte: Brasília, Metrô de São Paulo, viagem a Marte, túnel sob o Canal da Mancha, organização dos Jogos Olímpicos.
2. Se você tivesse que redigir um anúncio para recrutar o gerente de projeto que você selecionou, seria muito diferente do acima?

3. Quais seriam as diferenças essenciais entre as qualificações do gerente do projeto Grande Pirâmide e as do gerente do projeto que você selecionou?
4. Quais qualificações dependeriam da época e do estágio da tecnologia? Quais qualificações seriam independentes dessas condições?
5. Em resumo, você acha que são diferentes os gerentes de projetos da época dos Faraós e os de hoje em dia?

Referência:

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. – 3. Ed. – 4. reimpr. – **São Paulo: Atlas**, 2010.

Sugestão de leitura:

ALBERTON, Anete; SILVA, Anielson Barbosa da. Como escrever um bom caso para ensino? Reflexões sobre o método. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, p. 745-761, 2018.

PDCA – AVIÃO

Objetivo de aprendizagem: Aprender sobre a importância de planejar e mensurar as ações implantadas em um projeto, para que se possam alcançar os objetivos propostos.

Metodologia: Ciclo PDCA – Plain (planejar), Do (fazer), Check (verificar), Act (agir).

Material: Papel para fazer os aviões e cronômetro.

Sugestão: Dividir os alunos em equipes de 3 a 5 alunos, para execução da atividade.

De acordo com Sutherland, é possível aplicar o Ciclo PDCA a produção de qualquer coisa, seja um carro, um videogame ou mesmo um avião de papel.

AVIÕES DE PAPEL	
Etapa 1	Dividir os alunos em equipes de 3 a 5 pessoas e informar que o objetivo é produzir o maior número possível de aviões de papel capazes de voar até o outro lado da sala.
Etapa 2	<p>Funções da equipe – há três funções a serem desempenhadas em cada equipe:</p> <p>Função 1 – Verificar quantos aviões produzidos de fato consegue voar.</p> <p>Função 2 – Produção dos aviões, mas também presta atenção ao processo em si e busca maneiras de fazer com que a equipe construa aviões melhores e acelere a montagem.</p> <p>Função 3 – Demais participantes devem se concentrar em fazer a maior quantidade possível de aviões capazes de atravessar a sala no tempo determinado.</p>
Etapa 3	<p>Fazer três ciclos de seis minutos para a fabricação dos aviões de papel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. As equipes têm um minuto de cada ciclo para planejar (P) com farão a montagem. 2. Três minutos para fazer (D) – construir e testar o maior número possível de aviões que realmente voem. 3. Dois minutos para verificar (C); Nessa fase, a equipe procura formas de melhorar seu avião de papel – a construção do processo. O que deu certo? O que deu errado? O design deve ser alterado? Como o processo de construção pode ser melhorado? Então vem o momento da ação (A). <p>Repita esse ciclo três vezes e, não importa se você está construindo aviões de papel ou espaçonaves de verdade, o processo se tornará melhor – significativamente melhor (de duas a três vezes mais rápidas e com pelo menos o dobro de qualidade).</p>

Fonte: Adaptado de SUTHERLAND, Jeff (2019, p.43-44). Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo. Sextante.

Referência:

SUTHERLAND, Jeff. Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo. **Sextante**, 2019.

Sugestão de leitura:

ALVES, Érika Andrade Castro. O PDCA como ferramenta de gestão da rotina. In: XI Congresso nacional de excelência em gestão. 2015. p. 1-12.

EDUSCRUM

DESAFIO PALITO DE SORVETE

Objetivo de aprendizagem: Fazer o planejamento e o gerenciamento de um projeto de desenvolvimento de um produto, com palitos de sorvete.

Metodologia: Metodologia ágil Scrum

Material: eduScrum impresso em tamanho A1 (Apêndice B), notas adesivas (*post it*), palito de sorvete e cola.

Sugestão: Dividir os alunos em equipes de 4 a 6 alunos, para execução da atividade.

O querido casal Talita e Tiago, acabou de se casar em uma linda cerimônia no campo. A lua de mel aconteceu na cidade gaúcha de Gramado. Ao retornar para casa, perceberam que não tinham muitas coisas como: decoração e utensílios para o dia a dia. O casal ficou preocupado, pois, não tinham dinheiro, devido aos gastos que tiveram.

Atividade: A equipe será responsável pelo desenvolvimento, de um produto para uso do casal Talita e Tiago.

ETAPAS:

- ✓ Formar equipes;
- ✓ Brainstorming da 1ª reunião (escolha do produto a ser desenvolvido | entregar);
- ✓ Estabelecer o nome do Team;
- ✓ Estabelecer o Scrum Master;
- ✓ Elaborar um cronograma com a turma com as fases do projeto;
- ✓ Reunião: A cada nova aula fazer uma reunião de cinco minutos com as equipes para acompanhamento do que precisa ser feito, o que já foi feito e o que pode ser melhorado.
- ✓ Planejamento da montagem do produto na ferramenta eduScrum;
- ✓ Foto expectativa X Foto Realidade;
- ✓ Fotos de documentação da realização do produto: Fase inicial, meio e final;
- ✓ Apresentação com *slides* no final do projeto.

RESTRIÇÕES:

✓ Caso precise comprar algo, o valor não pode ultrapassar R\$10,00 (dez reais) / total por equipe.

Colocar um limite de gastos, pois o intuito da atividade é demonstrar que os projetos possuem restrições de orçamentos.

REGRAS:

- ✓ O produto tem que ter uso;
- ✓ Evitar produtos repetidos entre as equipes;
- ✓ Colocar valor de preço de custo e de venda do produto.

INSTRUÇÕES:

Product Owner (PO): Professor (a) – responsável por avaliar as entregas das equipes.



Team: Nome da equipe;



Scrum Master: é o membro da equipe responsável por orientar os demais no projeto.



Meta: Qual o projeto será desenvolvido.

Referência:

SUTHERLAND, Jeff. Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo. **Sextante**, 2019.

Sugestões de leitura:

BORGES, Karen Selbach; SCHMITT, Marcelo Augusto Rauh; NAKLE, Silvana Marx. Eduscrum projetos de aprendizagem colaborativa baseados em scrum. **RENOTE**, v. 12, n. 1, 2014.

LAYTON, Mark C.; MORROW, David. Scrum: Para Leigos. **Alta Books**, 2019.

Figura 1: eduScrum



Fonte: Adaptado de SUTHERLAND, Jeff (2019, p. 214). Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo. Sextante.

MÓDULO 2

PLANO DE NEGÓCIOS

MAPA DE EMPATIA

Objetivo de aprendizagem: Compreender os sentimentos dos clientes; Ter a percepção de sua empresa pelo olhar do cliente.

Metodologia: Mapa de Empatia

Material: Mapa de Empatia impresso para cada equipe. (Apêndice C).

Sugestão: Dividir os alunos em equipes de 3 a 5 alunos

Instruções da atividade

- ✓ Escolha uma empresa / segmento de clientes;
- ✓ Observe as pessoas da empresa que escolheram e como elas se comportam, mas lembre-se: nem tudo que é pensado é falado; por isso, leia nas entrelinhas. Note os gestos, tom de voz, a movimentação, enfim, tudo o que puder. Sua experiência ao lidar com clientes conta, mas não pode ser a única fonte de informação.

Para preencher os quadrantes:

O que fala e faz?	Quais ações e comportamentos mais chamaram a atenção durante a pesquisa? Quais assuntos mais o interessam? Ele saberá o que fazer com o seu produto quando tiver contato com ele?
O que pensa e sente?	Quais são suas crenças? Possíveis pensamentos? Preocupações? Por que está feliz ou infeliz? Quais pensamentos podem influenciar seu comportamento? Para evitar suposições que não agregam nada ao processo, procure instrumentos a fim de que você tenha um entendimento mais real sobre o pensamento do cliente.
O que vê?	Quais são os meios de comunicação que informam essa pessoa? O que ela enxerga quando está procurando por um produto ou serviço? O que está à sua volta que pode influenciar o processo?
O que ouve?	O que as pessoas que se relacionam com o cliente dizem para ele? Quais <i>podcasts</i> ele ouve? Quem o influencia a ponto de dizer o que ele realmente vai ouvir?
Depois de observar tudo isso e debater detalhadamente com outros membros da equipe, você têm o que precisa para pensar em outros dois pontos. Vejamos:	
Dores	Quais os principais pontos de dor podem ser observados? O que o usuário gostaria de alcançar? Quais são os ganhos ao utilizar o serviço?

Necessidades	Por que o cliente utilizaria o serviço ou compraria o produto? O que poderia ser acrescentado para atender ainda mais às suas necessidades?
---------------------	---

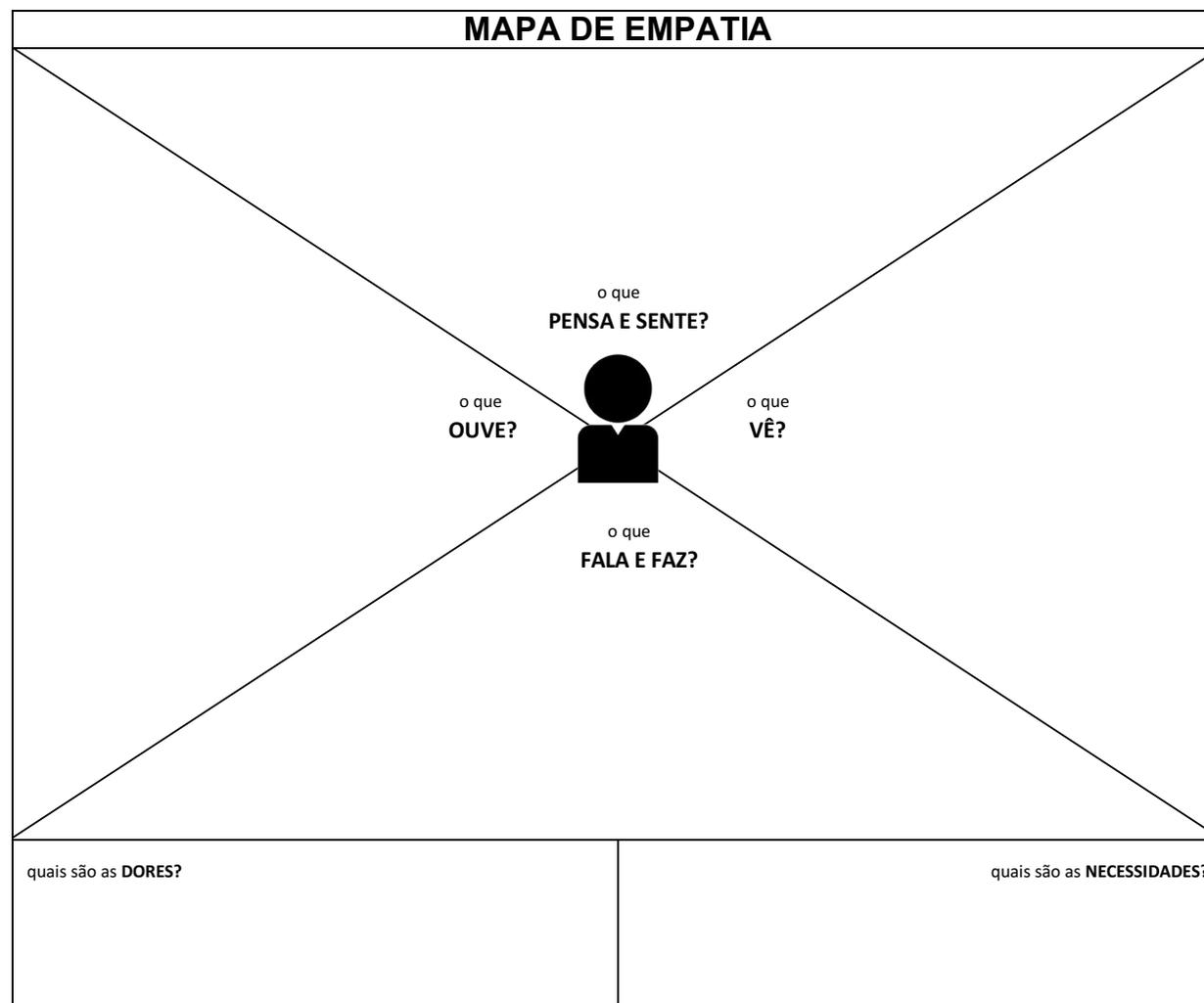
Referência:

CONHEÇA o mapa da empatia e saiba como usar, 2018. Disponível em: <https://inovacaoosebrazeminas.com.br/conheca-o-mapa-da-empatia/>. Acesso em: 02 nov. 2022.

Sugestão de leitura:

CÂNDIDO, Ana Clara; DA SILVA BERTOTTI, Patrícia Soares; BEDIN, Jéssica. O potencial das ferramentas atuais de gestão & negócios aplicados às unidades de informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 1165-1182, 2017.

Figura 2: Mapa de Empatia



Fonte: Adaptado de SEBRAE/ MG, 2022.

MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS

Objetivo de aprendizagem: Desenvolver e planejar um modelo de negócios novo ou remodelar negócios já existentes.

Metodologia: Business Model Canvas

Material: Modelo Canvas impresso em tamanho A1 para cada equipe (Apêndice D) e *post-it*.

Sugestão: Dividir os alunos em equipes de 3 a 5 alunos

Instruções da atividade

- ✓ Tenha uma ideia de negócio;
- ✓ Preencher os quadrantes na seguinte ordem:

Proposta de Valor	<p>Que valores entregamos aos nossos clientes? Quais problemas dos nossos clientes ajudamos a resolver? Que categorias de produtos e serviços oferecemos a cada segmento de clientes? Quais necessidades dos clientes nós satisfazemos? O que / qual é o nosso mínimo produto viável?</p>
Segmentos de clientes	<p>Para quem nós criamos valor? Quem são nossos mais importantes clientes? Quais são nossos clientes típicos / padrão?</p>
Relacionamentos com os clientes	<p>Como nós conquistamos, mantemos e aumentamos nossos clientes? Quais relacionamentos com o cliente nós definimos / temos? Como esses relacionamentos estão integrados no nosso modelo de negócio? Qual é o custo envolvido?</p>
Canais	<p>Através de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados? Como outras empresas chegam até eles hoje Quais canais funcionam melhor? Quais canais são mais eficientes em custo? Como promovemos a integração dos canais com a rotina dos clientes?</p>
Atividades-chave	<p>Quais atividades nossa proposta de valor requer? Quais são nossos canais de distribuição? Como é o relacionamento com o cliente? Quais são as fontes de receita?</p>
Recursos-chave	<p>Quais recursos-chave nossa proposta de valor requer? Canais relacionamentos, modelo de receita?</p>
Parceiros-chave	<p>Quem são seus parceiros-chave? Quem são seus fornecedores-chave? Quais recursos-chave adquirimos de nossos parceiros?</p>

	Quais atividades nossos parceiros realizam?
Estrutura de custos	Quais são os custos mais importantes de nosso modelo de negócio? Quais recursos-chave são os mais caros? Quais atividades-chave são as mais caras?
Fontes de receita	Para qual proposta de valor nossos clientes estão dispostos a pagar? O que eles estão comprando / pagando hoje? Qual é o nosso modelo de receita? Quais são nossas políticas de preços?

Referência:

DORNELAS, José. Plano de negócios com o modelo Canvas: guia prático de avaliação de ideias de negócio. **São Paulo: Editora Empreende**, 2018.

Sugestão de leitura:

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. **Alta Books**, 2011.

Figura 3: Modelo de Negócios Canvas

Empresa				
Parceiros-Chave  <p>Quem são seus parceiros-chave? Quem são seus fornecedores-chave? Quais recursos-chave adquirimos de nossos parceiros? Quais atividades nossos parceiros realizam?</p>	Atividades-Chave  <p>Quais atividades nossa proposta de valor requer? Quais são nossos canais de distribuição? Como é o relacionamento com o cliente? Quais são as fontes de receita?</p>	Proposta de Valor  <p>Que valores entregamos aos nossos clientes? Quais problemas dos nossos clientes ajudamos a resolver? Que categorias de produtos e serviços oferecemos a cada segmento de clientes? Quais necessidades dos clientes nós satisfazemos? O que / qual é o nosso mínimo produto viável?</p>	Relacionamento com os clientes  <p>Como nós conquistamos, matemos e aumentamos nossos clientes? Quais relacionamentos como o cliente nos definimos / temos? Como esses relacionamentos estão integrados no nosso modelo de negócio? Qual é o custo envolvido?</p>	Segmentos de Clientes  <p>Para quem nós criamos valor? Quem são nossos mais importantes clientes? Quais são nossos clientes típicos / padrão?</p>
	Recursos-Chave  <p>Quais recursos-chave nossa proposta de valor requer? Canais, relacionamentos, modelo de receita?</p>		Canais de Vendas  <p>Através de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados? Como outras empresas chegam até eles hoje? Quais canais funcionam melhor? Quais canais são mais eficientes em custo? Como promovemos a integração dos canais com a rotina dos clientes?</p>	
Fonte de Custos  <p>Quais são os custos mais importantes de nosso modelo de negócio? Quais recursos-chave são os mais caros? Quais atividades-chave são as mais caras?</p>			Fontes de Receita  <p>Para qual proposta de valor nossos clientes estão dispostos a pagar? Quais são nossas políticas de preços? O que eles estão comprando/ pagando hoje? Qual é o nosso modelo de receita?</p>	

Fonte: Adaptado de DORNELAS, José (2018, p. 17). Plano de negócios com o modelo Canvas: guia prático de avaliação de ideias de negócio. São Paulo: Editora Empreende.

PITCH DE APRESENTAÇÃO

Objetivo de aprendizagem: Capacitar os alunos para que demonstrem e vendam suas ideias de negócios a partir de uma apresentação rápida.

Metodologia: *Pitch* de Apresentação.

Material: Computador / Notebook e projetor para a apresentação.

Sugestão: Dividir os alunos em equipes de 3 a 5 alunos

Instruções da atividade

- ✓ Escolher uma empresa;
- ✓ Preparar um Pitch de 3 a 5 minutos para apresentação para uma banca julgadora;
- ✓ Elaborar os slides;
- ✓ Treinar a apresentação.

Desenvolvimento da atividade

O *pitch* é uma apresentação sumária de 3 a 5 minutos com objetivo de despertar o interesse da outra parte (investidor ou cliente) pelo seu negócio, assim, deve conter apenas as informações essenciais e diferenciadas. O *pitch* deve tanto poder ser apresentado apenas verbalmente quanto ilustrado por 3 a 5 slides. Ele deve conter basicamente:

1. Qual é a oportunidade.
2. O Mercado que irá atuar.
3. Qual é a sua solução.
4. Seus diferenciais.
5. O que está buscando.

Estes tópicos são genéricos, pois cada negócio tem suas peculiaridades, assim o que importa realmente é conseguir demonstrá-los sucintamente na sua apresentação.

Orientações para realizar os slides da apresentação

Slide 1 – Identificando a Oportunidade

Um *pitch* deve começar indicando qual a oportunidade que sua empresa irá atender, isto é, qual o mercado e a necessidade que o mesmo tem e não é bem atendida

pelos players majoritários, de forma bem objetiva e direta. Exemplo: “Nós iremos resolver o problema das perdas na distribuição de água” -> aqui você já determinou o mercado (“distribuidoras de água”) e a oportunidade (“resolver o problema das perdas”).

Slides 2 e 3 – Apresentando a sua Solução

A seguir apresente rapidamente qual a solução que propõe para atender à necessidade da oportunidade já destacando a sua inovação/diferenciação. Continuando o exemplo anterior: “através uma tecnologia própria não invasiva de monitoramento ativo que identifica os pontos de perda para reparo”. Veja que não foi necessário detalhar como a mesma funciona, mas ao mesmo tempo já destacou um diferencial (“tecnologia própria”).

Insira amostras do seu produto/serviço, sejam telas do mesmo, fotos de um protótipo, um vídeo explicativo, etc. Tudo que tanto facilite o entendimento quanto demonstre sua capacidade de execução.

Slide 4 – Destacando seus Diferenciais

Você deve agora reforçar suas vantagens competitivas perante a solução dominante do mercado. Observar que se deve comparar com quem já tenha maior *market-share* no mercado que irá atuar independentemente de ser similar. Exemplo: “Nossa tecnologia, diferentemente do maior player deste mercado, não precisa que se instalem medidores específicos, pois monitoramos o fluxo de água por nosso equipamento de detecção”.

Slide 5 – Explanando sua Proposta

Aqui, se você estiver apresentando para um investidor, deve apresentar qual o estágio do seu negócio, qual valor do investimento está buscando e para que será utilizado. Exemplo: “Já temos um protótipo funcional testado e avaliado pela companhia XYZ e estamos buscando um investimento de R\$ nnn para completar o desenvolvimento, fabricar as unidades piloto e fechar os primeiros contratos”. E completar perguntando se teria interesse em avaliar para investir.

Se você estiver apresentando para um cliente, deve apresentar qual sua proposta comercial. Exemplo: “Nossos serviços são remunerados com uma parte da

economia que gerarmos para sua empresa; você não precisará fazer qualquer investimento”.

Referência:

SPINA, Cassio A. Dicas e Segredos para Empreendedores – Guia prático de como criar negócios de sucesso e conseguir investidores. **São Paulo: Nversos**, São Paulo, 2013.

Sugestões de leitura e vídeo:

PINVIDIC, Brant. O Pitch de 3 minutos: fale menos e consiga mais em qualquer apresentação. Tradução de Sandra Martha Dolinsky. – 1. Ed. – **São Paulo: Benvirá**, 2020.

SEBRAE MINAS. Elevator Pitch. YouTube, 10 de julho de 2017. Disponível em: <https://youtu.be/pAaTu19EjQM>. Acesso em: 06 de novembro de 2022.

SHARK TANK BRASIL. Gostei muito do negócio e de você. YouTube, 24 de setembro de 2020. Disponível em: https://youtu.be/_IPzxzwbS4I. Acesso em: 06 de novembro de 2022.

FEIRA DE EMPREENDEDORISMO

Objetivo de aprendizagem: Estimular a prática de empreendedorismo.

Metodologia: Feira de Empreendedorismo.

Material: O material será de acordo com o empreendimento de cada equipe.

Sugestão: Dividir os alunos em equipes de 3 a 5 alunos

Desenvolvimento

Em equipes os alunos irão desenvolver um produto ou serviço e apresentar suas ideias de negócios em seus estandes na feira de empreendedorismo.

Etapa 1 - Planejamento

Nome da feira: Definir qual o nome da feira;

Local da feira: Definir o local da feira. Verificar se é possível a montagem de estandes e se comportam a quantidade da expectativa de público;

Data e horário: Definir a data da feira.

Horário: Definir o horário da realização da feira.

Etapa 2 - Organização

Organizador: Professor da disciplina de Elaboração e Análise de Projetos;

Apoiadores: Professores da turma;

Equipes: Verificar quantas equipes participantes para a divisão do local. Sugestão: separar os estandes de acordo com os segmentos de negócios. Exemplo: alimentos, fazer uma praça de alimentação.

Alunos: As equipes são responsáveis pela organização de seus estandes. Sugestão: organizar os estandes com ao menos um dia de antecedência.

Estrutura: Verificar pontos de energia, iluminação e sonorização do ambiente.

Etapa 3 - Comunicação

Divulgação: Divulgar a feira de empreendedorismo para a comunidade escolar, nas redes sociais.

Convite: Elaborar e postar nas redes sociais, convite para a comunidade escolar participar.

Etapa 4 - Realização

Cerimonial: Fazer um breve cerimonial de abertura da feira de empreendedorismo.

Apresentação: Apresentação dos produtos e serviços pelas equipes nos estandes.

Etapa 5 – Pós-Evento

Relatório: Na próxima aula pós-evento, solicitar as equipes fotos, vídeos e o relato de experiência positivas e negativas da feira. Assim, o aluno poderá ter exemplos de boas práticas com as experiências negativas e poder melhorar com as práticas negativas.

Referência:

AVENI, Alessandro; DE MELLO, Andrei Simão; DE MEDEIROS, Daliane Firmino. Inovação e Empreendedorismo: O caso da feira de negócios e inovação da Universidade De Brasília–UNB. **Cadernos de Prospecção**, v. 10, n. 3, p. 426-426, 2017.

Sugestão de leitura:

HASHIMOTO, Marcos; DA FONSECA JR, Ranulfo Soares. A importância do ensino empreendedor na formação do nível técnico. **Revista de Negócios**, v. 23, n. 3, p. 7-18, 2019.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este produto educacional, em formato de um Guia Didático para professores, apresenta uma proposta de atividades práticas com o intuito de aliar teoria e prática no processo de ensino e aprendizagem da disciplina de Elaboração e Análise de Projetos, dos cursos Técnico em Administração Integrado e Subsequente ao Ensino Médio.

As atividades práticas descritas ao longo desse Guia foram aplicadas em algumas turmas e se mostrou uma ferramenta didática importante e que pode auxiliar professores da área de Gestão e Negócios e outras áreas relacionadas com Desenvolvimento de Projetos e o Plano de Negócios.

Contudo, em relação aos objetivos educacionais, esse Guia demonstrou sua potencialidade em termos de proporcionar aos professores, atividades que possam ser aplicadas aos estudantes para melhor compreensão dos conteúdos estruturantes da disciplina a partir das simulações práticas.

REFERÊNCIAS

- ALBERTON, Anete; SILVA, Anielson Barbosa da. Como escrever um bom caso para ensino? Reflexões sobre o método. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, p. 745-761, 2018.
- ALVES, Érika Andrade Castro. O PDCA como ferramenta de gestão da rotina. In: XI Congresso nacional de excelência em gestão. 2015. p. 1-12.
- AVENI, Alessandro; DE MELLO, Andrei Simão; DE MEDEIROS, Daliane Firmino. Inovação e Empreendedorismo: O caso da feira de negócios e inovação da Universidade De Brasília–UNB. **Cadernos de Prospecção**, v. 10, n. 3, p. 426-426, 2017.
- BORGES, Karen Selbach; SCHMITT, Marcelo Augusto Rauh; NAKLE, Silvana Marx. Eduscrum projetos de aprendizagem colaborativa baseados em scrum. **RENOTE**, v. 12, n. 1, 2014.
- CÂNDIDO, Ana Clara; DA SILVA BERTOTTI, Patrícia Soares; BEDIN, Jéssica. O potencial das ferramentas atuais de gestão & negócios aplicados às unidades de informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 1165-1182, 2017.
- CONHEÇA o mapa da empatia e saiba como usar, 2018. Disponível em: <https://inovacaoosebraeminas.com.br/conheca-o-mapa-da-empatia/>. Acesso em: 02 nov. 2022.
- DORNELAS, José. Plano de negócios com o modelo Canvas: guia prático de avaliação de ideias de negócio. **São Paulo: Editora Empreende**, 2018.
- HASHIMOTO, Marcos; DA FONSECA JR, Ranulfo Soares. A importância do ensino empreendedor na formação do nível técnico. **Revista de Negócios**, v. 23, n. 3, p. 7-18, 2019.
- LAYTON, Mark C.; MORROW, David. Scrum: Para Leigos. **Alta Books**, 2019.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. – 3. Ed. – 4. reimpr. – **São Paulo: Atlas**, 2010.
- OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. **Alta Books**, 2011.
- PINVIDIC, Brant. O Pitch de 3 minutos: fale menos e consiga mais em qualquer apresentação. Tradução de Sandra Martha Dolinsky. – 1. Ed. – **São Paulo: Benvirá**, 2020.
- PINVIDIC, Brant. O Pitch de 3 minutos: fale menos e consiga mais em qualquer apresentação. Tradução de Sandra Martha Dolinsky. – 1. Ed. – **São Paulo: Benvirá**, 2020.

SEBRAE MINAS. Elevator Pitch. YouTube, 10 de julho de 2017. Disponível em: <https://youtu.be/pAaTu19EjQM>. Acesso em: 06 de novembro de 2022.

SHARK TANK BRASIL. Gostei muito do negócio e de você. YouTube, 24 de setembro de 2020. Disponível em: https://youtu.be/_IPzxzwbS4I. Acesso em: 06 de novembro de 2022.

SPINA, Cassio A. Dicas e Segredos para Empreendedores – Guia prático de como criar negócios de sucesso e conseguir investidores. **São Paulo: Nversos**, São Paulo, 2013.

SUTHERLAND, Jeff. Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo. **Sextante**, 2019.

OS AUTORES

SELAINÉ APARECIDA DA SILVA



Mestranda em Ensino pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Londrina (UTFPR). Docente, nas disciplinas técnicas dos cursos Técnico em Administração Integrado e Subsequente ao Ensino Médio no Estado do Paraná.

CURRÍCULO LATTES <http://lattes.cnpq.br/3173663940894403>

E-MAIL selaine.silva@escola.pr.gov.br

JAIR DE OLIVEIRA



Graduado em Administração de Empresas pela Fundação Faculdade de Ciências e Letras de Cornélio Procópio (1992), atual Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP), mestrado em Administração pela Universidade Federal do Paraná (2003) e doutorado em Engenharia (Engenharia de Produção) pela Universidade de São Paulo (2010). Atualmente é professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Coordenador da Incubadora do Campus - CP. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração de Empresas, atuando principalmente nos seguintes temas: pequena empresa, trabalho do administrador, empreendedorismo, estratégia, planejamento estratégico e ciclo de vida organizacional.

CURRÍCULO LATTES <http://lattes.cnpq.br/3690696890351902>

E-MAIL jair@utfpr.edu.br

APÊNDICES

APÊNDICE A

PROCURA-SE UM GERENTE DE PROJETO

PROCURA-SE UM GERENTE DE PROJETO

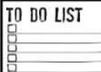
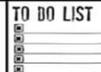
Nosso cliente é o governo teocrático de um importante país do Oriente Médio. Fomos contratados para selecionar um gerente de projeto, que deverá planejar e administrar a construção de uma obra de grande porte. O ocupante do cargo deverá contratar e controlar fornecedores de blocos de pedras, que serão necessários em quantidades imensas (cerca de 2.500.000 blocos, com peso médio de 2,5 toneladas). Sob sua autoridade direta, o gerente desse projeto terá supervisores para a mão-de-obra operacional, que se estima atinjam o número de 100.000 trabalhadores ao longo dos 20 anos, para concluir a obra que nosso cliente está imaginando. Matemáticos e astrônomos fornecerão ao gerente as diretrizes para que a obra, alinhada com a Constelação de Órion, seja um primor de exatidão. Nenhum traço de como a obra será feita deverá ser deixado para a posterioridade. No futuro distante, as pessoas ainda deverão estar se perguntando como e por que a obra foi construída. Cartas sob o código Grande Pirâmide aos cuidados deste projeto, até o próximo domingo.

QUESTÕES:

1. Pense num projeto contemporâneo de grande porte: Brasília, Metrô de São Paulo, viagem a Marte, túnel sob o Canal da Mancha, organização dos Jogos Olímpicos.
2. Se você tivesse que redigir um anúncio para recrutar o gerente de projeto que você selecionou, seria muito diferente do acima?
3. Quais seriam as diferenças essenciais entre as qualificações do gerente do projeto Grande Pirâmide e as do gerente do projeto que você selecionou?
4. Quais qualificações dependeriam da época e do estágio da tecnologia? Quais qualificações seriam independentes dessas condições?
5. Em resumo, você acha que são diferentes os gerentes de projetos da época dos Faraós e os de hoje em dia?

APÊNDICE B

EDUSCRUM

 TEAM:		 SCRUM MASTER:		 META:	
 Todos os itens	 A fazer	 Fazendo	 Feito		
				 Retrospectiva	

APÊNDICE C

MAPA DE EMPATIA

APÊNDICE D

MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS

