.....

SEMESTRE/ANO: 1º/2021

DISCIPLINA..... : PRG0004 – Inovação e Empreendedorismo (eletiva)
PROFESSORES RESPONSÁVEIS.....: EM CONFIRMAÇÃO

PROGRAMA

OBJETIVOS DA DISCIPLINA (EM REVISÃO)

A disciplina tem como principal objetivo propiciar a experiência de criação de empreendimentos sociais, com base na aplicação da abordagem da Startup Garage de Stanford, tendo início com a identificação de uma oportunidade em contexto de vulnerabilidade, preferencialmente relacionada à Universidade de São Paulo, e sendo concluída com a validação do produto mínimo viável (PMV) e com a elaboração do canvas do modelo de negócios. O produto será fruto da união entre alunos da graduação de diferentes cursos da USP, para que o intercâmbio de informações e colaborações possam fluir livremente dentro do universo empreendedor a ser explorado. Os desafios abordados nos projetos desenvolvidos pelos grupos compostos por alunos das diferentes instituições serão relacionados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos Organização Unidas.

Esta iniciativa tem por objetivo compartilhar, alinhar e consolidar iniciativas de empreendedorismo social conduzidas no contexto dos times Enactus atuantes nos diferentes campus da USP. O empreendedorismo é uma prioridade para a Universidade de São Paulo pois transforma conhecimento acadêmico e tecnologias emergentes em inovações de valor para a sociedade. Graças à importância da Universidade de São Paulo na geração de conhecimentos capazes de promover a inovação, na USP as ações e programas de empreendedorismo tem como foco identificar e estruturar os caminhos para a jornada empreendedora no ambiente universitário, apoiar a capacitação de alunos, docentes e funcionários de toda a universidade para inovar, dar suporte à criação de oportunidades para o surgimento de novos empreendedores e novos empreendimentos de impacto capazes de oferecer soluções às demandas da sociedade e, desta maneira, fortalecer a cultura empreendedora dentro e fora da universidade, de maneira a impulsionar o desenvolvimento tecnológico e econômico do estado e do país. A Enactus Brasil é uma associação sem fins lucrativos constituída como Organização da Sociedade Civil de Interesse Publico. Tem como missão "unir os tops lideres de hoje e os top lideres de amanhã para criar um mundo melhor e mais sustentável, por meio da ação empreendedora"'. Para isto, tem como objetivo disseminar princípios e praticas eficientes de negócios e empreendedorismo aos alunos e professores universitários por meio do desenvolvimento de ações com foco na melhoria da qualidade de vida de comunidades especificas. É uma rede global, atuando em 37 países, em mais de 1.700 campi universitários e congregando 70.500 estudantes e professores. Atualmente, a USP possui times Enactus atuando nos campi USP São Carlos, EEL USP, ESALQ USP, FZEA USP, USP Cidade Universitária, USP RP, USP São Francisco e FMUSP. Estima-se que até o momento os times Enactus desenvolveram 46 projetos, contando com a participação de 1020 alunos, impactando aproximadamente 3.000 pessoas e tendo recebido mais de 40 prêmios.
Considerando a importância de promover a cooperação cientifica e a indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão desejamos estreitar nossa cooperação e firmarmos a Institucionalização dos Times Enactus USP existentes e possíveis Times Enactus USP que poderão integrar nossa Rede.

Proposta Pedagógica

CONTEÚDO RESUMIDO (EM REVISÃO)

O curso é dividido nos tópicos a seguir:

1. Criação de empreendimentos sociais a partir da resolução de problemas complexos.

2. Abordagens do design thinking, do canvas e da startup enxuta.

3. Ferramentas e métodos para elaboração de modelos e prototipação rápida.

4. Métodos, técnicas e ferramentas para o desenvolvimento integrado de produtos e serviços.

5. Métodos, técnicas e ferramentas para a estruturação de startups.

6. Alinhamento de empreendimentos nascentes com aceleradoras e incubadoras.

METODO (EM REVISÃO)

Os grupos serão formados com alunos de diferentes cursos das USP, privilegiando a multidisciplinaridade e a multiculturalidade.

As aulas ocorrerão aos sabados pela manhã, das 09:00 às 14:00, conforme calendário a ser entregue na primeira aula. Serão 6 aulas ao longo do semestre e, em cada intervalo entre aulas os grupos de alunos participarão de sessões de mentoria de 30 minutos com os monitores da disciplina, onde serão apresentados os resultados do projeto e discutidas suas próximas ações.

As aulas ocorrerão no formato online, utilizando diferentes recursos tecnológicos, incluindo sistemas de videoconferência, ambientes de gestão da aprendizagem e ferramentas de comunicação instantâneas. Caso possível, as instituições participantes poderão adotar o formato híbrido para ministrar as aulas, considerando e respeitando suas diretrizes específicas de segurança.

Serão selecionados 100 alunos, classificados de acordo com os interesses manifestados em relação aos objetivos de desenvolvimento sustentável propostos pela ONU. Os grupos serão formados na primeira aula do curso e deverão ser compostos por 5 alunos preferencialmente originários das 5 cursos distintos.

O inicio da disciplina será no dia 24 de abril de 2021

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO (EM REVISÃO)

A avaliação do curso será baseada no engajamento dos alunos e na evolução dos projetos, tendo como base critérios que serão informados no início do curso. Não haverá provas ou exames. O conteúdo previsto para cada entrega encontra-se detalhado na próxima sessão.

Proposta Preliminar

5% Entrega Relatório 1

15% Entrega Relatório 2

15% Entrega Relatório 3

20% Entrega Relatório 4

25% Entrega Relatório 5

20% Apresentação Final

CRONOGRAMA SUGERIDO

DATA	ATIVIDADE	DESCRIÇÃO
24.04 (sábado)	Aula 1	**Agenda** ▪ Apresentação da disciplina ▪ Conceitos principais: origens e direcionamentos ▪ Pitch inicial ▪ Formação dos grupos e alocação do monitor ▪ Orientação para pesquisa preliminar dos temas escolhidos
26.04 (segunda) – 14.05 (sexta)	Atendimento 1	**Dinâmica** Atendimento presencial ou a distância, com os monitores do curso, de 30 minutos, uma vez no período, para apresentação e análise dos resultados obtidos, identificação de hipóteses e formulação dos testes que serão realizados

14.05 (sexta)	Entrega do relatório 1	**Detalhes da Entrega** ▪ Título do Projeto ▪ Participantes ▪ Descrição da oportunidade de interesse ▪ Resultados da pesquisa secundária
15.05 (sábado)	Aula 2	**Agenda** ▪ Identificação de oportunidades ▪ Identificação e acesso aos usuários (B2C) ou empresas (B2B) ▪ Planejamento da imersão com usuários (B2C) ou empresas (B2B)
17.05 (segunda) - 28.05 (sexta)	Atendimento 2	**Dinâmica** Atendimento presencial ou a distância, com os monitores do curso, de 30 minutos, uma vez no período, para apresentação e análise dos resultados obtidos, identificação de hipóteses e formulação dos testes que serão realizados
28.05 (sexta)	Entrega do relatório 2	**Detalhes da Entrega** ▪ Título do Projeto ▪ Participantes ▪ Resultados das entrevistas e observações ▪ Análise e considerações sobre o levantamento preliminar ▪ Principais problemas e oportunidades identificadas
29.05 (sábado)	Aula 3	**Agenda** ▪ Síntese ▪ Desenvolvimento de personas, mapa de empatia, diagrama de afinidades, jornada do usuário e point of view (POV)
31.05 (segunda) - 11.06 (sexta)	Atendimento 3	**Dinâmica** Atendimento presencial ou a distância, com os monitores do curso, de 30 minutos, uma vez no período, para apresentação e análise dos resultados obtidos, identificação de hipóteses e formulação dos testes que serão realizados
11.06 (sexta)	Entrega do relatório 3	**Detalhes da Entrega** ▪ Título do Projeto ▪ Participantes ▪ Diagrama de Afinidades dos problemas ▪ Personas ▪ Mapa de Empatia ▪ Jornada do Usuário ▪ Point of View (POV) ▪ Considerações
12.06 (sábado)	Aula 4	**Agenda** ▪ Ideação

Proposta Preliminar

		▪ Prototipação ▪ Canvas da proposta de valor ▪ Elaboração de hipóteses e testes para validação
14.06 (segunda) - 02.07 (sexta)	Atendimento 4	**Dinâmica** Atendimento presencial ou a distância, com os monitores do curso, de 30 minutos, uma vez no período, para apresentação e análise dos resultados obtidos, identificação de hipóteses e formulação dos testes que serão realizados
02.07 (sexta)	Entrega do relatório 4	**Detalhes da Entrega** Conteúdo: ▪ Título do Projeto ▪ Participantes ▪ Protótipo ou Produto Mínimo Viável (PMV) ▪ Hipóteses iniciais e testes ▪ Canvas de Proposta de Valor ▪ Resultados obtidos
03.07 (sábado)	Aula 5	**Agenda** ▪ Business Model Canvas (BMC) ▪ Pitch ▪ Próximos passos
05.07 (segunda) - 23.07 (sexta)	Atendimento 5	**Dinâmica** Atendimento presencial ou a distância, com os monitores do curso, de 30 minutos, uma vez no período, para apresentação e análise dos resultados obtidos, identificação de hipóteses e formulação dos testes que serão realizados
23.07 (sexta)	Entrega do relatório 5	**Detalhes das Entregas – Relatório Final** 1. Descrição da oportunidade de interesse 2. Entrevistas 3. Observação 4. Considerações 5. Síntese - Design Thinking 6. Considerações 7. Rascunhos do Protótipo ou Produto Mínimo Viável (PMV) 8. Validação – Hipóteses Iniciais e testes 9. Canvas da Proposta de Valor 10. Resultados obtidos 11. Análises e considerações sobre os resultados obtidos 12. Canvas 13. Hipóteses iniciais e testes 14. Resultados obtidos com o teste do Canvas 15. Considerações FinaisDetalhes das Entregas **Detalhes da Entrega – Apresentação Final – Pitch de 3 minutos** - 8 a 10 slides - Título do projeto; - Hipóteses, testes e pivotamento;
24.07 (sábado)	Aula 6	

Proposta Preliminar

		Agenda Apresentações Finais

BIBLIOGRAFIA

Blank. S. The four steps to the epiphany. 2013

Blank, S. Why the Lean Start-Up changes Everything. Harvard Business Review. May 2013

Blank, S.; Dorf, B. Startup: Manual do Empreendedor. Alta Books, 2014

Brown, T. Design Thinking. Harvard Business Review, june 2008

Brown, T. Design Thinking. Elsevier, 2010

Croll; A. Yoskovitz, B. Lean Analytics. O´Reilly, 2012

Gothelf, J.; Seiden, J. Lean UX. O'Reilly, 2012

Nager, M.; Nelsen, C.; Nourygat, F. Startup Weekend: como levar uma empresa do conceito à criação em 54 horas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

Osterwalder, A.; Pligneur, Y. Business Model Generation: Inovação Em Modelos De Negócios. Alta Books, 2011

Ries, Eric. A Startup enxuta. Leya Brasil, 2012

Sarasvasthy, S. Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 2009.

Vianna, M.; Vianna, Y.; Adler, I.; Lucena, B.; Russo, B. Design Thinking. MJV Press, 2011

Proposta Preliminar