



SEMESTRE/ANO: 1º/2022

DISCIPLINA INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

PROFESSORES RESPONSÁVEIS

Adriana Ventura (EAESP-FGV)

André Fleury (POLI- USP)

Dario Vedana (BELAS ARTES)

Fabiano Rodrigues (ESPM)

Julia Perez (INSPER)

PROGRAMA

OBJETIVOS DA DISCIPLINA

A disciplina tem como principal objetivo propiciar a experiência de criação de uma startup, com base na metodologia da abordagem da Startup Garage de Stanford, tendo início com a identificação de uma oportunidade e sendo concluída com a validação do produto mínimo viável (PMV) e elaboração do canvas do modelo de negócios.

O produto será fruto da união entre alunos da graduação de diversas faculdades na cidade de São Paulo, para que o intercâmbio de informações e colaborações possam fluir livremente dentro do universo colaborativo a ser explorado. Serão propostos desafios que deverão ser solucionados pelos grupos das instituições.

Os centros de empreendedorismo de cada instituição também estarão envolvidos no acompanhamento dos grupos.

CONTEÚDO RESUMIDO

O curso é dividido nos tópicos a seguir:

1. Criação de startups 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.

METODOLOGIA

Os grupos serão formados por alunos de instituições e de cursos diferentes das Universidades participantes, incluindo mas não restrito à Administração, Engenharia, Design, Direito, Publicidade. (mistos sempre)

As aulas ocorrerão virtualmente, aos sábados pela manhã, utilizando plataformas zoom e mural. Se possível, as apresentações finais ocorrerão em coworking na cidade de São Paulo, sendo transmitidas em modo síncrono utilizando a mesma plataforma.

Início da disciplina será 05 de março de 2022.

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

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.

10% Entrega Relatório 1

15% Entrega Relatório 2

15% Entrega Relatório 3

20% Entrega Relatório 4

20% Entrega Relatório 5

20% Apresentação Final

CRONOGRAMA

DATA	ATIVIDADE	DESCRIÇÃO
05.03 (sábado)	Aula 1	Agenda <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação da disciplina ▪ Conceitos principais: origens e direcionamentos ▪ Pitch inicial ▪ Formação dos grupos e alocação do monitor ▪ Orientação para pesquisa preliminar dos temas escolhidos
07.03 (segunda) – 18.03 (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
18.03 (sexta)	Entrega do relatório 1	Detalhes da Entrega <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título do Projeto ▪ Participantes ▪ Descrição da oportunidade de interesse ▪ Resultados da pesquisa secundária
19.03 (sábado)	Aula 2	Agenda <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificação de oportunidades ▪ Acesso às empresas e/ou usuários ▪ Planejamento da imersão
21.03 (segunda) – 08.04 (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
08.04 (sexta)	Entrega do relatório 2	

		Detalhes da Entrega <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título do Projeto ▪ Participantes ▪ Resultados das entrevistas e observações ▪ Análise e considerações sobre o levantamento preliminar ▪ Principais problemas identificados
09.04 (sábado)	Aula 3	Agenda <ul style="list-style-type: none"> ▪ Síntese ▪ Desenvolvimento de personas, mapa de empatia, diagrama de afinidades, jornada do usuário e point of view (POV)
11.04 (segunda) - 29.04 (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
29.04 (sexta)	Entrega do relatório 3	Detalhes da Entrega <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título do Projeto ▪ Participantes ▪ Diagrama de Afinidades dos problemas ▪ Personas ▪ Mapa de Empatia ▪ Jornada do Usuário ▪ Point of View (POV) ▪ Considerações
30.04 (sábado)	Aula 4	Agenda <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ideação ▪ Prototipação ▪ Canvas da proposta de valor ▪ Elaboração de hipóteses e testes para validação
02.05 (segunda) - 20.05 (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
20.05 (sexta)	Entrega do relatório 4	Detalhes da Entrega Conteúdo: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título do Projeto ▪ Participantes ▪ Protótipo ou Produto Mínimo Viável (PMV) ▪ Hipóteses iniciais e testes ▪ Canvas de Proposta de Valor ▪ Resultados obtidos
21.05 (sábado)	Aula 5	Agenda

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Business Model Canvas (BMC) ▪ Pitch ▪ Próximos passos
23.05 (segunda) - 10.06 (sexta)	Atendimento 5	<p>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</p>
10.06 (sexta)	Entrega do relatório 5	<p>Detalhes das Entregas – Relatório Final</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 Finais <p>Detalhes da Entrega – Apresentação Final – Pitch de 3 minutos</p> <ul style="list-style-type: none"> - 8 a 10 slides - Título do projeto; - Hipóteses, testes e pivotamento;
11.06 (sábado)	Aula 6	<p>Agenda Apresentações Finais</p>

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



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

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

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