



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Tecnológico
Programa de Pós-Graduação em Engenharia, Gestão e Mídia do Conhecimento

PLANO DE ENSINO

- I. **NOME DA DISCIPLINA:** EGC6022- Engenharia e Gestão da Inovação
II. **PRÉ-REQUISITOS:** -
III. **CARGA HORÁRIA:** 72 h/a
IV. **TURMA:**

Carga horária total: 72 h/a	Carga horária extensão: -	Carga horária teórica: 72 h/a	Carga horária prática: --
Carga horária presencial: 72 h/a	Carga horária síncrona: --	Carga horária assíncrona: --	

- V. **PROFESSORES/AS:**

Prof. João Artur de Souza	joao.artur@ufsc.br
Profa. Gertrudes Aparecida Dandolini	gertrudes.dandolini@ufsc.br

- VI. **ESTAGIO DOCENCIA (SE HOUVER):** a definir

- VII. **SEMESTRE:** 2

- VIII. **ANO LETIVO:** 2025

- IX. **EMENTA:**

Inovação, Empreendedorismo, Empresas Intensivas em Conhecimento. Gestão de Projetos. Plano de Negócios.

- X. **OBJETIVOS A DISCIPLINA:**

- Oferecer aos alunos as bases conceituais sobre o empreendedorismo e sobre a inovação.
- Mostrar a importância da inovação no processo de empreender, os desafios do empreendedorismo e a valorização do comportamento empreendedor.
- Preparar o aluno para investir na sua carreira de forma inovadora e com vistas a escolher entre desenvolver uma relação empregatícia (e ser intraempreendedor) ou tornar-se empreendedor.

- Promover aos alunos a oportunidade de projetar um plano de negócio, partindo da identificação de problemas/oportunidades, geração de ideias até a criação de um potencial de inovação.
- Colaborar com o desenvolvimento do pensamento reflexivo, crítico, sistêmico do aluno e da colaboração.

XI. COMPETENCIAS:

- Desenvolver a capacidade empreendedora com visão sistêmica, reflexiva e humanística, considerando os aspectos políticos, sociais, culturais, econômicos e ambientais para a produção de valor à sociedade, seja no desenvolvimento de novos negócios ou na atuação profissional em organizações públicas ou privadas.

3.1 Conhecimentos

Empreendedorismo: novos paradigmas e o pensamento empreendedor. Competências empreendedoras. Tipos de empreendedorismo: intraempreendedorismo, empreendedorismo social, empreendedorismo coletivo. Inovação: conceitos, relação com o empreendedorismo, tipologias, gestão, ecossistema de inovação. Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento sustentável. Ideação, modelagem, validação de ideias e negócios e prototipação. Técnica de comunicação de modelos de negócio. Plano de negócios. Aspectos de formalização jurídica.

3.2 Habilidades

Utilizar técnicas de geração de ideias, identificação de oportunidades, validação e modelagem de negócios inovadores; identificar as características do perfil empreendedor para a busca e reflexão sobre o seu autodesenvolvimento; modelar negócios ou ações fundamentados na tríade do desenvolvimento sustentável (social, econômico e ambiental).

3.3 Atitudes

Abertura ao trabalho em equipe, ao diálogo e ao feedback crítico
Postura ética e responsável.
Escuta ativa e empatia.

XII. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Trilha Prática	Trilha teórica	Carga horária	Soma CH
Empreender e			
TRILHA 1 - DESMISTIFICANDO O EMPREENDEDORISMO E A INOVAÇÃO 18h	Apresentação, integração estudantes e professor, alinhamento conceitual inicial.	4h	4
	Empreendedorismo: novos paradigmas, visão sistêmica e o pensamento empreendedor.	4h	8
	Tipos de empreendedorismo e as competências empreendedoras.	4h	12
	Inovação: conceitos, tipologias, gestão, ecossistema de inovação.	4h	16
	Carreira profissional, o Engenheiro Empreendedor e o Desenvolvimento Sustentável.	4h	20
TRILHA 2 - IDEAÇÃO, MODELAGEM E VALIDAÇÃO 20h	Orientação para o Projeto Integrador Ideação de modelos de negócios: conceito de modelo de negócios, técnicas de identificação e análise de ideias/problemas	4h	24
	Modelagem e Validação: canvas de proposta de valor; validação da ideia e do modelo de negócio com o mercado	12h	36
	Prototipação de modelos de negócios: o mínimo produto viável	4h	40
TRILHA 3 - PLANO DE NEGÓCIOS 20h	Plano de negócios: função, estrutura, relação com o canvas de proposta de valor, o planejamento effectual e o plano de negócios, estrutura básico de plano de negócios	4h	44
	Plano de negócios: operações e marketing	4h	46
	Plano de negócios: pessoas	4h	48
	Plano de negócios - planejamento financeiro estrutura de custos, receitas, fluxo de caixa, indicadores financeiros, demonstrativo de resultados de exercício	8h	56
TRILHA 4 - PREPARAÇÃO PARA	Propriedade Intelectual Comunicação de modelos de negócio: Pitch e a técnica do storytelling	4h	60

IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO 12h	Formalização jurídica de novos negócios: Constituição de empresas e Acordos de Sócio	4h	64
	Fontes de captação de recursos: busca de parcerias e investidores, formas de financiamento	4h	68
CHEGADA: PARTILHA, REFLEXÃO E NOVOS PASSOS 4h	Pitch das Equipes Avaliação da jornada Recuperação de atividades	4h	72

XIII. CALENDÁRIO DA DISCIPLINA:

Semana	ATIVIDADES E/OU ATIVIDADES
1- 5	TRILHA 1 - DESMISTIFICANDO O EMPREENDEDORISMO E A INOVAÇÃO
5 - 10	TRILHA 2 - IDEIAÇÃO, MODELAGEM E VALIDAÇÃO
10 - 14	TRILHA 3 - PLANO DE NEGÓCIO
14-15	TRILHA 4 - PREPARAÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO
16 e 17	PREPARAÇÃO E APRESENTAÇÃO DO PITCH FINAL (COM BANCA)
18	Avaliação da disciplina e Recuperação

XIV. METODOLOGIA DE ENSINO:

A disciplina ocorrerá no formato de laboratório de modelagem de ideias empreendedoras, baseando-se em uma abordagem prática do aprender fazendo, por meio de simulações, aprendizagem com os pares e integração com o ecossistema de inovação e empreendedor.

Com uma metodologia baseada em projeto, os estudantes divididos em equipes partirão de uma ideia ou de problemas reais identificados na sociedade e desenvolverão as etapas de planejamento de um novo negócio, aplicando técnicas de criação e análise. As aulas funcionarão no formato de sala invertida, requerendo do aluno apropriação prévia dos conteúdos disponibilizados na plataforma moodle.

A integração com o ecossistema de inovação e empreendedor acontecerá por duas vias. Uma delas é a mentoria com empreendedores que fornecerá suporte na modelagem do negócio e apoio na jornada empreendedora das equipes. Encontros serão pré-agendados e periódicos a partir da segunda trilha da disciplina. A segunda forma será as rodas de conversas e debates de temas contemporâneos com especialistas e empreendedores de diferentes setores.

Oportunidades de aprendizagem ocorrerão na execução das atividades, na interação com estudantes, mediadores, mentores e especialistas e na

reflexão dos acontecimentos ao longo da disciplina em nível individual e no grupo.

A disciplina funcionará com aulas de suporte conceitual à prática e, principalmente, momentos de construção de ideias, modelagem, validação, feedback e partilha de experiências.

XV. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO:

As atividades avaliativas serão individuais e em equipe, com a seguinte composição:

N1 (Individual – peso 3)- Memória da disciplina (aprendizados, sentimentos, envolvimento, dificuldades, sugestões,..)

N2 (equipe – peso 4)) - Entregas relacionados a definição do problema, Canvas de Proposta de Valor, Validações, Modelo de Negócios (Canvas), Prototipação e pitch

A avaliação dos estudantes e atribuição de notas para aprovação na disciplina, segue as orientações:

O estudante deve ter frequência mínima de 75% nas aulas;

Atender ao prazo de entrega das atividades;

Se o estudante entregar a atividade depois do prazo, não será considerada nota máxima de 80%.

Se o estudante tiver a “ausência” justificada em atividade presencial, ele terá prazo até a próxima aula para entrega da atividade realizada.

$$\text{Média Final} = (N1*3 + N2*4)/7$$

Obs: Conforme parágrafo 2º do artigo 70 da Resolução 17/CUn/97, o aluno com frequência suficiente (FS) e média final no período (MF) entre 3,0 e 5,5 terá direito a uma nova avaliação ao final do semestre (REC), sendo a nota final (NF) calculada conforme parágrafo 3º do artigo 71 desta resolução, ou seja: $NF = (MF + REC) / 2$. A recuperação será realizada via prova sobre os conteúdos do livro texto.

XVI. BIBLIOGRAFIA:

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; **Empreendedorismo**, Bookman. 5ª edição, 2004. Bibliografia base.

BROW, T. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. São Paulo: Alta Book, 2020.

CORAL, E.; OGLIARI, A.; ABREU, A.F. **Gestão integrada da inovação: estratégia, organização e desenvolvimento de produtos**. São Paulo: Atlas, 2008.

DANDOLINI, G. A. *et al.*

Inovação social, negócios sociais e desenvolvimento sustentável. Editora Pantanal, MT: Pantanal, 2020. 96p

KURATKO, Donald. F. **Empreendedorismo**: teoria, processo, prática. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2018.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation: inovação em modelos de negócios**. Alta Books, 2020.

Material no moodle

XVII. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CLARK, K.B.; WHEELWRIGHT, S.C. Managing new product and process development: text and cases. New York: The Free Press, 1993.

COOPER, R.G. Winning at new products: accelerating the process from idea to launch. New York: Addison-Wesley, 1993.

DEPINÉ, A.; TEIXEIRA, C. S. Habitats de inovação: conceito e prática. São Paulo: Perse, 2018.

DORNELAS, J. Empreendedorismo corporativo. SP: Campus, 2009.

GIBSON, R.; SKARZYNSKI, P. (2008). Inovação: prioridade no 1: o caminho para a transformação nas organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

HACKLIN, F.; WALLIN, M. W. Convergence and interdisciplinarity in innovation management: a review, critique, and future directions. Service Industries Journal, inpress, 2013.

KOEN ADAMS, R.; BESSANT, J.; PHELPS, R. Innovation management measurement: A review. International Journal of Management Reviews, v. 8, n. 1, p. 21-47, 2006.

TEECE, D.J. (2010). Business models, business strategy and innovation. Long Range Planning, v. 43, n. 2-3, p. 172- 194, 2010.

VOIGT, K.-I. Integration of market pull and technology push in the corporate front end and innovation management-insights from the German software industry. Technovation, v. 29, n. 5, p. 351-367, 2009.

BERNARDI, L.A. Manual de plano de negócios. SP: Atlas, 2010.

BIZOTTO, C.N. Plano de negócios para empreendedores inovadores. SP: Atlas, 2008.

BREM, A.; VOIGT, K.-I. Integration of market pull and 367, 2009.

JONASH, R.S., SOMMERLATE, T. O valor da inovação. Campus: Rio de Janeiro, 2000.

MOREIRA, C. KELLING R. e CATTINI, Jr. Gestão de projetos. SP: Saraiva, 2009.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). Oslo Manual: GUIDELINES FOR COLLECTING, REPORTING AND USING DATA ON INNOVATION, 2018. 4a. edição. OCDE. Disponível em: <https://www.ovtt.org/wp-content/uploads/2020/05/Manual_Oslo_2018.pdf>. Acesso:16 mar 2022.

TEIXEIRA, C. S; TRZECIAK, D. S.; VARVAKIS, G. Ecosistema de inovação: Alinhamento conceitual. Florianópolis: Perse, 2017.

BIAGIO, L.A. e BATOCCHIO, A. Plano de negócios, estratégias para micro e pequena empresa. SP: Manole, 2010.

DIAS-TRINDADE, Sara; MOREIRA, José António Marques; JARDIM, Jacinto.
ENTRECOMP Quadro de Referência das Competências para o
Empreendedorismo (Tradução). 2020.

Nome e assinatura digital do professor