



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE TECNOLÓGICO
Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção
Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima - Trindade
CEP 88040.900 - Florianópolis SC
Fone: (48) 3721-7001/7011



PLANO DE ENSINO
TRIMESTRE – 2024.3

1. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA:

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	TURMA (S)	TOTAL DE HORAS-AULA SEMESTRAIS
EPS510083	Transformar Ideias em Negócios	ME/DO	Aulas Presenciais: 15 Interação Online: 0 Total: 15

2. PROFESSOR(ES) MINISTRANTE(S)

Paulo Sérgio Lima Pereira Afonso, Antonio Cezar Bornia (cezar.bornia@ufsc.br) e Valdirene Gasparetto

3. PRÉ-REQUISITO(S)

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA
-	-

4. EMENTA

Modelo das 4 validações; 1. Introdução e visão geral, 2. Processo de ideação; 3. As 4 etapas; 4. Pitch e Plano de Negócios.

5. OBJETIVOS

Ao final do curso, o aluno deverá ter uma compreensão de conceitos relacionados à Teoria Clássica da Medida e da Teoria da Resposta ao Item, bem como suas aplicações em diferentes áreas do conhecimento.

6. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. O modelo das 4 validações
2. Proposição de valor e análise do consumidor
3. Análise de mercado
4. Projeto e estratégia do modelo de negócio
5. Análise financeira
6. Pitch e plano de negócios
7. Caso de estudo

7. METODOLOGIA DE ENSINO

Aula expositiva e caso de estudo. A frequência será aferida pela presença nos encontros.

8. AVALIAÇÃO

A avaliação será feita por meio da participação em aula.

9. CRONOGRAMA

Data	Dia	Assunto Planejado	Recursos Didáticos
20/09	1	O modelo das 4 validações Proposição de valor e análise do consumidor Análise de mercado Projeto e estratégia do modelo de negócio Análise financeira Pitch e plano de negócios	Aula presencial (8 ha)
21/09	2	Casos de estudo	Aula presencial (7 ha)

10. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARNEY, J. B., HESTERLY, W. S. Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases. Pearson, 2019.

HARVARD BUSINESS REVIEW. HBR's 10 must reads on leadership. Harvard Business Press, 2011.

KOTLER, P. Marketing Management. Prentice Hall, 2006.

NWANKWO, S., GBADAMOSI, A. (Eds). Entrepreneurship marketing: principles and practice of SME marketing. Routledge, 2020.

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers (Vol. 1). John Wiley & Sons, 2010.

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., BERNARDA, G., SMITH, A. Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons, 2015.

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., SMITH, A., ETIEMBLE, F. The invincible company: how to constantly reinvent your organization with inspiration from the world's best business models (Vol. 4). John Wiley & Sons, 2020.

11. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR