

EMPREENDER PARA APRENDER: INOVAÇÃO E PROTAGONISMO NO ENSINO SUPERIOR

Márcio Huertas
Fabiano de Andrade Caxito

INTRODUÇÃO

Uma prática inovadora

- Integra teoria e prática para resolver problemas reais de mercado
- Desenvolve competências empreendedoras e de inovação nos alunos
- Promove a interdisciplinaridade
- Usa o Design Thinking como metodologia central para aprendizagem ativa

OBJETIVOS

Desenvolver protagonismo e visão de mercado

- Engajar alunos na criação de soluções reais e aplicáveis
- Estimular trabalho colaborativo e pensamento estratégico
- Preparar para desafios contemporâneos em comunicação e negócios

METODOLOGIA

jornada em seis fases interdependentes

- Atividades práticas com orientação e mentoria personalizada
- Ferramentas como Canvas, Figma, Mapas de Jornada e Prototipação
- Avaliação baseada em entregas sequenciais e apresentações finais

FASE 1: IMERSÃO

Entendendo o problema e o contexto

- Briefing inicial com definição de desafios reais do mercado
- Entrevistas com usuários e análise de dados coletados
- Construção do Mapa da Jornada do Usuário

Nome: Augusto Oliveira Idade: 26 anos



FASE 2: ANÁLISE E SÍNTESE

Organizando dados para insights estratégicos

- Uso do Diagrama de Afinidades para agrupamento de informações
- Desenvolvimento do Blueprint de soluções potenciais
- Discussões em grupo para refinamento das ideias iniciais

Blueprint Solução



FASE 3: IDEAÇÃO

Explorando soluções criativas

- Sessões de brainstorming para geração de ideias inovadoras
- Aplicação da Matriz de Posicionamento para definir estratégias
- Seleção das ideias mais viáveis para prototipação

Cartões de insight

Preconceito
contra
produções
brasileiras

Resistência
ao
pagamento
por filme

Baixa
fidelização
do usuário

Pouca
visibilidade
para filmes
independentes

Falta de
engajamento
do público

Sustentar o
app com
pagamentos
por obra

Falta de
opções de
acesso
gratuito

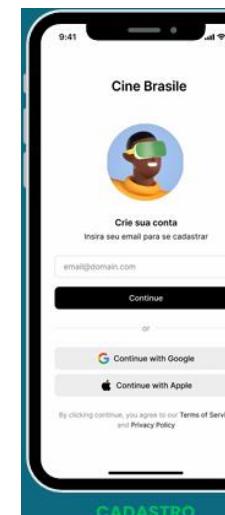
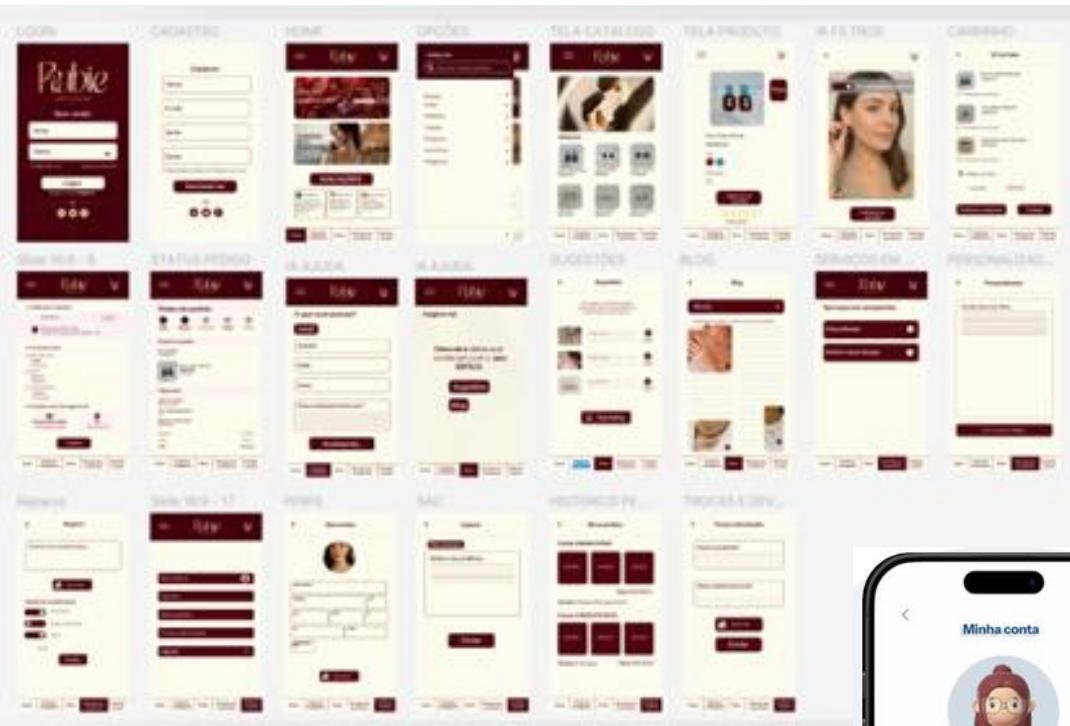
Falta de
avaliações e
informações
para chamar
atenção à obra

FASE 4: PROTOTIPAÇÃO

Transformando ideias em modelos reais

- Criação de protótipos de média fidelidade no Figma
- Testes com usuários e coleta de feedbacks para melhorias
- Ajustes com base nas validações recebidas

FASE 4: PROTOTIPAÇÃO



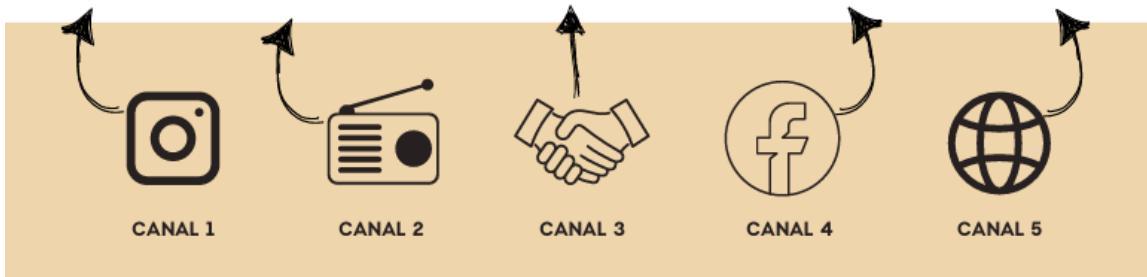
FASE 5: IMPLEMENTAÇÃO

Estruturando o modelo de negócios

- Elaboração do Business Model Canvas para cada projeto
- Planejamento de canais, público-alvo e estratégias de monetização
- Simulações de lançamento dos produtos/serviços criados

CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Vamos utilizar uma estratégia completa de comunicação: postagens no feed e stories do Instagram e Facebook, divulgação em nosso próprio site, parcerias com influenciadores do cenário e também anúncios em rádio, garantindo um alcance amplo e uma conexão direta com nosso público.



FASE 6: PITCH FINAL

Apresentando soluções para a comunidade acadêmica

- Pitches finais com apresentação das soluções a professores e colegas
- Avaliação baseada em clareza, criatividade e aplicabilidade
- Feedbacks que reforçaram o aprendizado e o protagonismo estudantil



RESULTADOS ALCANÇADOS

Impactos observados nos alunos e nos projetos

- Desenvolvimento de competências como empatia e pensamento crítico
- Criação de aplicativos e serviços com potencial de mercado
- Aumento do engajamento e da confiança para resolver desafios reais

PITCH do OLIMPO



NOSSA EMPRESA

A Mantos do Olímpo é uma empresa especializada na venda de camisas icônicas que celebram o sucesso histórico do futebol, oferecendo aos fãs a oportunidade de reviver grandes momentos do esporte através de suas peças, todas de fabricação própria e com preços que cabem no bolso de todos.





O PROBLEMA A SER RESOLVIDO

A dor que estamos explorando é da falta de lojas específicas com camisas retros, mais que isso, a falta de lojas que realmente valorizam a história de cada camisa.

NOSSA SOLUÇÃO

Nossa solução foi reinventar a forma de contar a história por trás de cada camisa – de um jeito envolvente, que prende o público – e ainda oferecer tudo isso com qualidade top e preço acessível de verdade.



CUSTO



QUALIDADE



ACESSIBILIDADE



PÚBLICO ALVO

O público dos mantos antigos, tende a acompanhar muito mais o futebol e seus programas, conhece a história dos times e tem interesse em conhecer ainda mais. Valoriza muito a qualidade e a atenção ao detalhe.

FAIXA ETÁRIA

25/50 anos

CLASSE SOCIAL

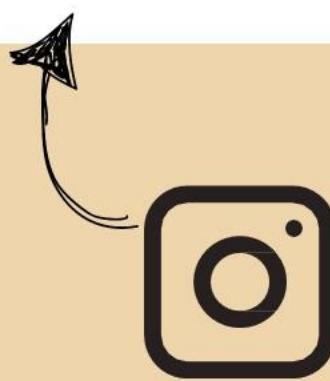
B/C

FATORES DECISORES NA COMPRA

QUALIDADE/PRATICIDADE /DISPONIBILIDADE

CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Vamos utilizar uma estratégia completa de comunicação: postagens no feed e stories do Instagram e Facebook, divulgação em nosso próprio site, parcerias com influenciadores do cenário e também anúncios em rádio, garantindo um alcance amplo e uma conexão direta com nosso público.



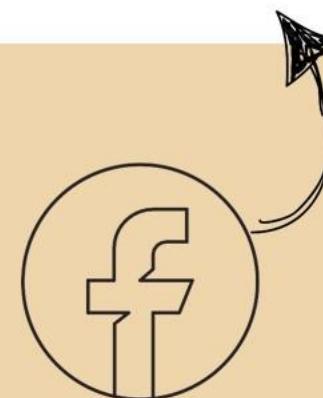
CANAL 1



CANAL 2



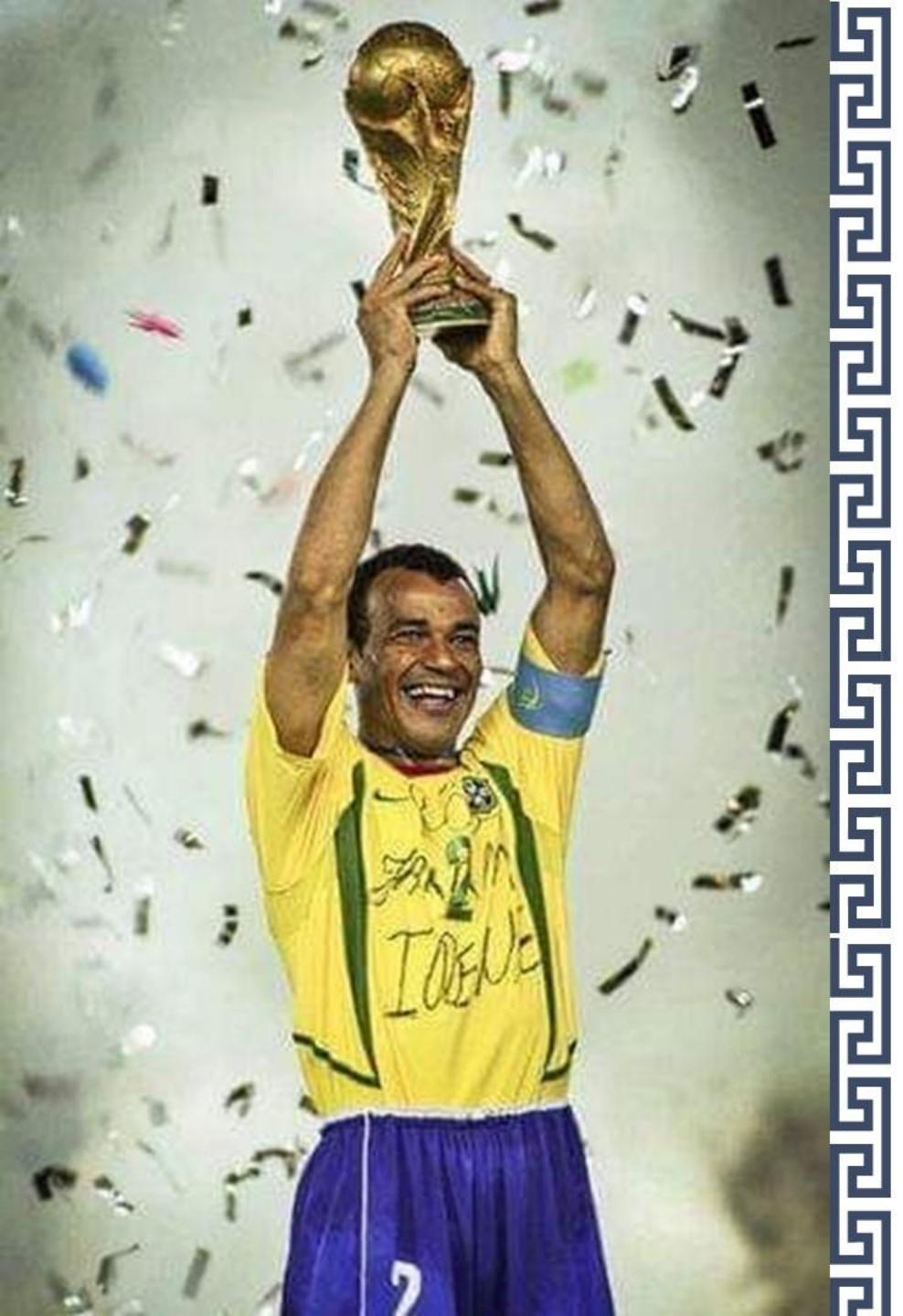
CANAL 3



CANAL 4



CANAL 5



PROJEÇÕES PARA O FUTURO

Nossa empresa tem grande potencial de crescimento no cenário futebolístico, aumentando sua qualidade a cada ano, sempre mantendo um preço justo e acessível. E mais do que isso: temos o sonho de fechar parcerias com lendas que marcaram o futebol, como Ronaldinho, Cafu e tantos outros ídolos que inspiram gerações.

VALEU JOGADÔ!



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Reflexões sobre a experiência e potencial de replicação

- O Design Thinking aproximou os alunos da realidade do mercado
- Metodologia mostrou-se eficaz para desenvolver habilidades estratégicas
- O modelo pode ser adaptado para outras áreas e cursos da instituição

AGRADECIMENTO

“Inovar é transformar ideias em impacto real.”

- Agradecemos à equipe, alunos e mentores pelo engajamento e dedicação
- Cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda – Barão de Mauá

**UNIDADE CENTRAL**

Rua Ramos de Azevedo, 423
Jd. Paulista - Ribeirão Preto/SP

0800 18 35 66

UNIDADE ITARARÉ

Rua Itararé, 94 - Jd. Paulista
Ribeirão Preto/SP

UNIDADE ITATIAIA

Av. Itatiaia, 1.176 - Jd. Sumaré
Ribeirão Preto/SP

UNIDADE INDEPENDÊNCIA

Rua José Curvelo da Silveira Jr., 110
Jd. Califórnia - Ribeirão Preto/SP

UNIDADE CAMILO

Rua Camilo de Mattos, 2211
Jd. Paulista - Ribeirão Preto/SP

www.baraodemaua.br