

Módulo 8

Despertar para expandir a inteligência coletiva

Ensino Médio



SEBRAE

EDUCAÇÃO
PREENDEDORA
SEBRAE

Curso
Despertar

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

É permitida a reprodução total ou parcial deste material, desde que citada a fonte.

INFORMAÇÕES E CONTATOS

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais – SEBRAE

Unidade de Educação Empreendedora

Av. Barão Homem de Melo, 329, Nova Granada – CEP 30.341-285 – Belo Horizonte – MG

Telefone: 08005700800 Website: www.sebraemg.com.br/minasgerais

SEBRAE/MG

Presidente do Conselho Deliberativo

MARCELO DE SOUZA E SILVA

Diretor Superintendente

AFONSO MARIA ROCHA

Diretor Técnico

DOUGLAS AUGUSTO OLIVEIRA CABIDO

Diretor de Operações

MARDEM MARCIO MAGALHAES

UNIDADE DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Gerente

FABIANA RIBEIRO DE PINHO

Equipe Técnica

WENDELL AURÉLIO RODRIGUES FERREIRA

JÉSSICA DE OLIVEIRA CARVALHO SANTOS

CONSULTORIA PEDAGÓGICA

Designer da Experiência de Aprendizagem

MANU BEZERRA

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Gestão de Projetos

VANESSA VIANA

Design e Diagramação

ANDERSON LUIZ BARBOSA ARAUJO

Redação e Locução

MARIANNA FERRY

Revisão

JULIA MAGALHÃES MATOS E SILVA

Módulo 8

**Despertar para expandir
a inteligência coletiva**

Ensino Médio



**EDUCAÇÃO
EMPREendedora
SEBRAE**

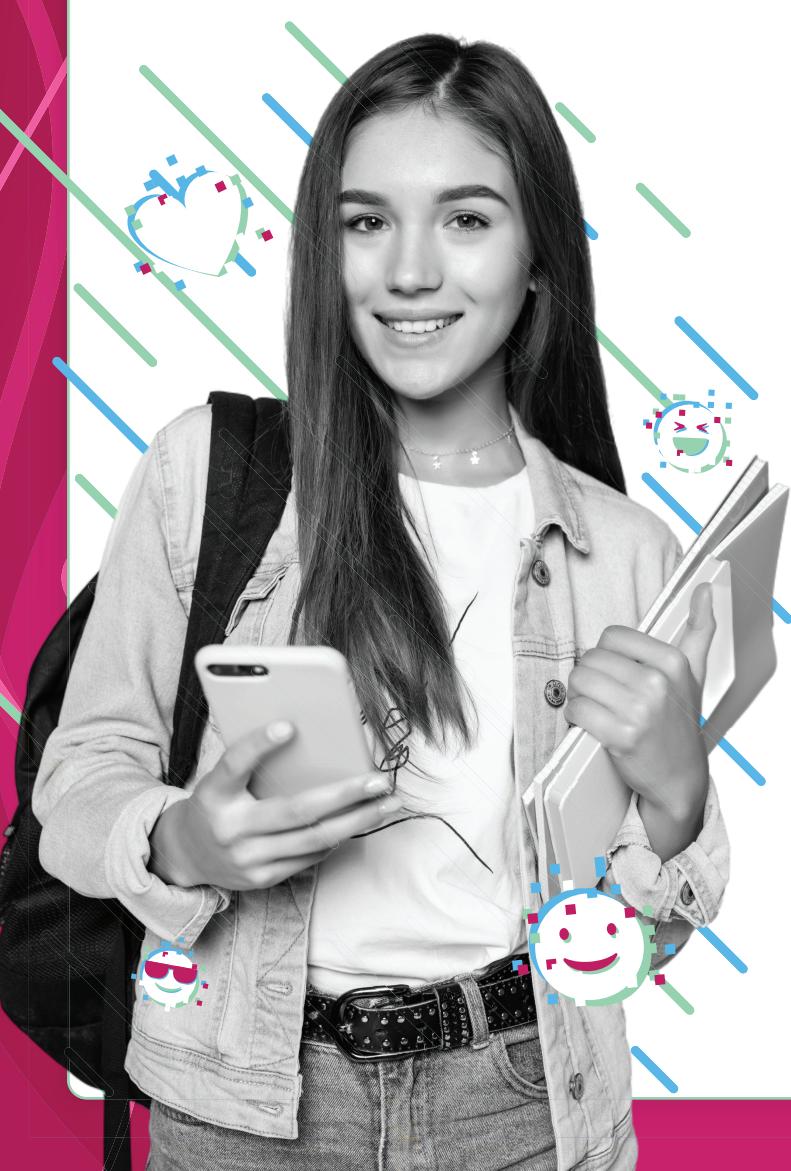
Curso
Despertar

Olá, professor!



Já pensou em despertar seus estudantes para expandir a inteligência coletiva por meio de expor seus projetos, receber feedback e interagir com a comunidade escolar?

Expandir a inteligência coletiva refere-se ao processo de entender, adaptar e interpretar interações e feedbacks a partir da exposição de projetos criados criativamente, seja de maneira individual ou em grupo. Esse conceito aborda a compreensão de maneiras em que se pode elaborar e executar ideias, considerando ajustes a partir de testes e feedbacks. Despertar para expandir a inteligência coletiva propõe o pensamento coletivo estratégico e analítico para a apresentação qualitativa de negócios, ideias ou soluções a partir da estruturação eficiente daquilo que foi proposto. Ao mediar experiências de aprendizagem que incentivem a expansão da inteligência coletiva, estamos proporcionando a oportunidade para que os estudantes analisem suas ideias em grupo e desenvolvam uma apresentação coerente de forma a coletar feedbacks e elaborar estratégias para entender os caminhos possíveis para o empreendimento pautado.



Essa reflexão não apenas se alinha aos princípios da **Base Nacional Comum Curricular (BNCC)**, como também destaca a possibilidade de integrar a inteligência coletiva à Educação Empreendedora, proporcionando uma formação mais completa e alinhada às demandas do mundo contemporâneo.

Ao delinear estratégias e análises para desenvolver e implementar ideias coletivas no mundo real com a educação empreendedora, preparamos os estudantes para uma participação ativa e significativa na sociedade. Esta abordagem proporciona uma formação abrangente, que **fornecer as ferramentas necessárias para construir um futuro promissor e alinhado a aspirações pessoais e profissionais**, contribuindo para uma educação integral que vai além do conhecimento acadêmico e pode transformar vidas!

Start

expandir a inteligência coletiva!



Para darmos início ao módulo "Despertar para expandir a inteligência coletiva", convide seus estudantes a organizarem suas ideias coletivamente para desenvolverem um negócio ou solução de maneira clara e concisa, de forma a auxiliá-los a elaborar e analisar propostas desenvolvidas em grupo com uma visão crítica e realista. As experiências de aprendizagem sugeridas nesta sequência didática trazem como foco algumas estratégias para que o estudante possa entender técnicas de empreendedorismo, *marketing* e trabalho em equipe, de forma a expandir a inteligência coletiva, proporcionando um espaço para que os estudantes possam expor seus projetos, receber *feedback* e interagir com a comunidade escolar.



Objetivo de aprendizagem do módulo:

Proporcionar um espaço para que os estudantes possam expor seus projetos, receber feedback e interagir com a comunidade escolar.



Tempo médio para aplicação do módulo:

06 a 08 horas/ aula.



Checklist:

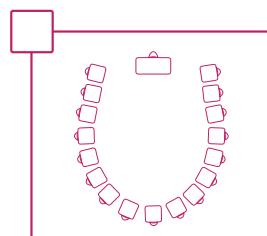
Recursos para mediar as experiências propostas.

- Lápis
- Caneta
- Borracha
- Planner
- Pincel
- Lousa
- Tesoura
- Cola
- Revistas

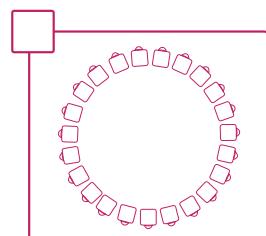


Organização do espaço:

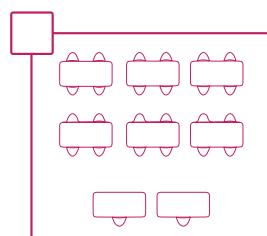
Selecione os formatos possíveis de acordo com a intencionalidade pedagógica de cada atividade proposta no plano de experiência de aprendizagem.



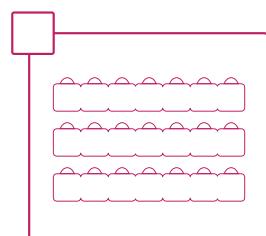
Semicírculo em U



Em Círculo



Em grupos



Aula expositiva



Localizadores de habilidades e competências:

Observe as possibilidades de conexão entre a proposta de aprendizagem do módulo com a BNCC e os comportamentos empreendedores para a vida.

BNCC

Ciências Humanas e Sociais aplicadas:

(EM13CHS404)

Identificar e discutir os múltiplos aspectos do trabalho em diferentes circunstâncias e contextos históricos e/ou geográficos e seus efeitos sobre as gerações, em especial, os jovens, levando em consideração, na atualidade, as transformações técnicas, tecnológicas e informacionais.

(EM13CHS106)

Utilizar as linguagens cartográfica, gráfica e iconográfica e de diferentes gêneros textuais e as tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva.

Comportamentos Empreendedores

Tomar a iniciativa

Iniciar processos que criem valor, aceitando desafios, resolvendo problemas que afetam sua comunidade, agindo e trabalhando de forma independente para atingir os objetivos, seguindo a linha definida e executando as tarefas planejadas.

Mobilizar terceiros

Inspirar e entusiasmar parceiros relevantes, buscar obter o apoio necessário para atingir resultados positivos, demonstrando capacidade de comunicação, persuasão, negociação e liderança.

Motivação e perseverança

Ser determinado para transformar ideias em ações, satisfazer a necessidade de chegar mais longe, estar preparado para ser paciente e tentar alcançar os objetivos de longo prazo, quer individuais quer de grupo, sendo resiliente sob pressão e perante adversidades e fracassos temporários.

Criatividade

Desenvolver, testar e redefinir múltiplas ideias, transformando-as em soluções para desafios atuais e futuros ou que criam valor para outros, através de abordagens inovadoras, combinando conhecimento e recursos para alcançar resultados significativos.



Visão geral do planejamento pedagógico:

Observe o planejamento da proposta de aprendizagem do módulo.

O presente planejamento pode ser adequado às especificidades da sua realidade escolar. Neste material, orientamos possibilidades de aplicação, mas sabemos que cada professor possui autonomia para revisitar e adaptar a proposta.

Estágio 1

Resultados desejados

1 Objetivos estabelecidos

Exercitar o trabalho em equipe em prol de estabelecer um propósito em comum.

Compreender a influência do marketing para alcançar e entender o público-alvo.

Desenvolver um projeto coletivamente, exercitando métodos de comunicação eficaz.

2 Compreensões

Entender caminhos para elaborar projetos coletivamente.

Desenvolver ideias a partir de técnicas eficazes de colaboração e comunicação.

Conhecer formas para desenvolver o pensamento coletivo em algo viável.

Estruturar projetos para que possam ser apresentados como ideias viáveis.

3 Perguntas essenciais

- Quais técnicas de brainstorming posso usar para escolher um propósito em equipe?
- O que são, como identificar e para quê servem os stakeholders?
- Como posso usar estratégias de marketing para alcançar meu público?
- Como engajar uma equipe para organizar ideias de um negócio viável?
- Como comunicar as ideias da minha equipe de forma eficaz para alcançar o público interessado?

Chuva de soluções

- □ ×

Desenvolver e comunicar ideias de maneira eficaz em busca de um propósito em equipe.

Itinerário de conexão com a audiência

Elaborar maneiras de conectar a ideia com o público para qual ela é destinada.

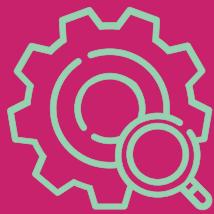
Explodeias

- □ ×

Desenvolver uma apresentação objetiva da ideia para apresentar o projeto da equipe para um público interessado.

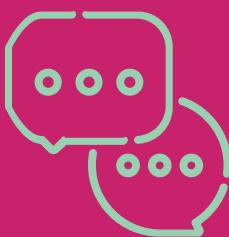


Plano de aprendizagem



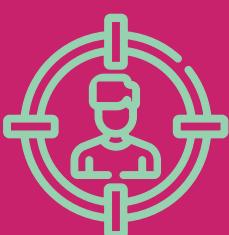
Contextualizar

- Entendendo propósitos
- Pensando propósitos e mapeando ideias
- Chuva de soluções



Problematizar

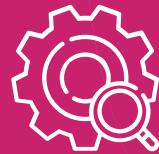
- Vendendo uma ideia
- Itinerário de conexão com a audiência



Protagonizar

- Ferramentas de autoração
- Preparando a solução para alcançar *stakeholders*
- Explodeias

Contextualizar



Plano de aprendizagem

Para que os estudantes possam compreender o percurso de cada um dos módulos de aprendizagem, as atividades sempre devem iniciar pela contextualização. Nesse momento, criar um vínculo com a temática do módulo é fundamental para estabelecer a conexão dos estudantes com os temas e conteúdos que serão abordados. Para despertar o interesse deles, que tal iniciar um bate papo sobre o tema? Para dar os primeiros passos, consulte as perguntas essenciais (item 3) da visão geral do planejamento pedagógico, página 07..

Para realizar o plano de experiência de aprendizagem do módulo **“Despertar para expandir a inteligência coletiva”**, você, professor, poderá utilizar a sequência de atividades descritas detalhadamente a seguir.

Passo 1 Entendendo propósitos



Para conquistar a atenção dos estudantes e mantê-los engajados com o tema deste módulo, evidencie a importância deles saberem organizar suas ideias para que sejam moldadas em soluções e empreendimentos viáveis, seja de forma individual, seja coletiva. Convide os estudantes a pensarem e abra um diálogo sobre o que eles entendem objetivamente como “propósito”, dentro e fora do conceito empresarial.

O intuito do debate é encorajar para que compreendam e visualizem possibilidades de objetivos profissionais dentro de propósitos com que se identifiquem.

Despertar para expandir a inteligência coletiva requer que, primeiro, encontremos um direcionamento em comum a partir do que podemos desenvolver e contribuir individualmente. Isso é crucial para o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora analítica, resolutiva de problemas e coletiva. Entender esse caminho é incentivar que os estudantes criem estratégias e visualizem possibilidades coletivas a partir do autoconhecimento, permitindo assim estruturar e desenvolver ideias que funcionem a partir de planejamento desenvolvido em grupo.

Ao explorar esses conceitos, os estudantes desenvolvem habilidades voltadas à mentalidade tanto individual, quanto coletiva, considerando seus efeitos, desafios e objetivos. Dessa forma, fomentam-se noções para a formação de pessoas estratégicas, líderes e capazes de pensar além de si mesmos, considerando a mentalidade coletiva rumo a um propósito em comum.

Um case de sucesso

Inúmeras são as possibilidades de *case*. Muitas vezes nós, professores, exploramos exemplos que fazem sentido para a nossa geração, mas sugerimos que sejam escolhidas experiências que dialoguem mais diretamente com o universo cultural dos estudantes. Aqui, a nossa dica é para que explorem as referências e influências que inspiram os seus estudantes. Por isso, uma sugestão sobre como o propósito pode ser o maior incentivador para o desenvolvimento de um negócio, trazemos um estudo de caso sobre o Duolingo, o aplicativo de ensino de idiomas.

Abaixo, confira um texto contando um pouco da história e propósito da plataforma, disponibilizado no site oficial do Duolingo, escrito por Luis von Ahn.

10 inovações que transformaram a educação

O Duolingo foi criado com um único objetivo: usar o poder da tecnologia para levar educação de qualidade para todo o mundo. Começamos com o ensino de idiomas, mas o nosso trabalho já é muito maior do que isso: desenvolvemos um teste de proficiência de inglês sob demanda, produzimos podcasts premiados, lançamos o Duolingo ABC para ajudar crianças a aprenderem a ler, e fizemos tudo isso criando conteúdo que é igualmente divertido e eficaz.

Desde o nosso lançamento 10 anos atrás, continuamos a testar e analisar nossos métodos de ensino e avaliação para garantir que os cursos que oferecemos sejam gratuitos, divertidos e eficazes — como ilustrou o nosso estudo recente que mostra como aprender francês ou espanhol no Duolingo pode trazer resultados comparáveis a estudar em uma universidade americana. A nossa equipe conta com algumas das mentes mais brilhantes da educação e da tecnologia e, juntos, já revolucionamos muitos dos aspectos do aprendizado online. Esses são apenas alguns dos avanços mais empolgantes que fizemos nessas áreas nos últimos 10 anos!

Dividimos o aprendizado em pedacinhos: lançado em 2012, o Duolingo viu nos smartphones uma forma de tornar o aprendizado divertido e acessível, transformando momentos livres em oportunidades de educação com lições em formato de jogo. Em apenas um ano, 80% dos usuários já utilizavam o aplicativo em seus celulares.

A Incubadora nos permitiu aumentar a nossa oferta de cursos de forma rápida e eficiente: não é fácil desenvolver um curso inteiro de idiomas do nada! A Incubadora Duolingo permitiu que voluntários globais contribuissem para a criação de cursos variados, até de idiomas raros. Agora, com mais de 100 cursos desenvolvidos internamente, a criação de um novo curso leva pelo menos 9 meses.

Criamos um negócio sem cobrar pelo conteúdo: além da versão gratuita com ads, lançamos uma versão em que o pagamento funciona apenas para remover anúncios, sem cobrar pelo conteúdo. O Duolingo English Test construiu o futuro dos testes de alto impacto: no lançamento do Duolingo



English Test em 2016, combinamos inteligência artificial e supervisão humana para desenvolver um teste de aptidão tão rigoroso quanto os testes de aptidão de idiomas, capaz de cumprir os altos padrões de segurança do setor, garantindo a confiabilidade do teste.

Criamos a nossa própria tecnologia de aprendizado de máquina para personalizar lições: o Birdbrain analisa 500 milhões de exercícios diários no Duolingo para personalizar lições, adaptando-se ao nível e progresso de cada usuário, destacando-se como um modelo inovador em tecnologia educacional.

Fizemos com que o aprendizado se tornasse uma experiência social: para tornar o Duolingo mais empolgante, introduzimos funcionalidades sociais como as Ligas, onde usuários competem por XP semanalmente, e o Kudos, lançado no início de 2020, que permite celebrar as conquistas dos amigos, aumentando a motivação através de interações positivas.

O nosso podcast de espanhol foi uma ferramenta de aprendizado pionera para a categoria: em 2017, o Duolingo estreou seu podcast para quem aprende espanhol, combinando histórias reais e narração em inglês para garantir compreensão, oferecendo uma abordagem inovadora e acessível para alunos intermediários.

Já fizemos milhares de ajustes nos nossos produtos, alguns pequenos, outros grandes: em 2017, o Duolingo introduziu uma ferramenta de experimentação, realizando centenas de testes A/B em suas plataformas, de mensagens motivacionais a novos recursos, garantindo que cada atualização beneficie tanto o negócio quanto os usuários.

Revolucionamos a forma como as marcas podem (e devem) usar plataformas sociais para se conectar com o público: nosso TikTok, visto como "sem freio", reflete uma estratégia bem definida pela nossa equipe global de mídias sociais, que redefiniu a presença de marcas no TikTok, focando em entretenimento, engajamento comunitário e nossa missão de tornar o aprendizado divertido. E Dua Lipa, se estiver lendo, o Duo sente sua falta e espera uma resposta!

Usamos a tecnologia de converter texto em áudio para dar vozes aos nossos personagens e utilizá-las em nossos cursos: introduzir a Lili, a Zari e outros personagens do Duolingo foi apenas o começo; para dar-lhes personalidades únicas e melhorar a didática, fizemos audições ao estilo de Hollywood para suas vozes em todos os idiomas ensinados. Em seguida, aplicamos aprendizado de máquina para criar vozes de texto para áudio que se adaptam a qualquer fala. Ajustar essa tecnologia para ensinar pronúncia foi um desafio, mas nossos engenheiros desenvolveram soluções para que os personagens pudessem se comunicar eficazmente nas lições.

Fizemos muitas mudanças incríveis nos nossos produtos nos últimos 10 anos, e isso é só o começo! Fique de olho para saber das próximas inovações no nosso aplicativo de idiomas, no Duolingo ABC e, em breve, no nosso aplicativo de matemática!

(Trecho retirado e adaptado de: As maiores inovações tecnológicas do Duolingo.)

Para que possam se relacionar melhor com o estudo de caso, proponha que os estudantes realizem a rotina de pensamento a seguir:

Rotina de pensamento

Tomando Nota - uma rotina para distinguir ideias e identificar questionamentos

A Rotina de Pensamento “Tomando Nota” foi desenvolvida pelo Project Zero, da Harvard Graduate School of Education, e tem como objetivo otimizar a memória dos estudantes e os engajar com as ideias propostas por meio de focar em entender a ideia central do texto e suas distintas nuances e problemáticas apontadas. Vamos usar Tomando Nota para analisar o estudo de caso do desenvolvimento do propósito empresarial do Duolingo!

Como aplicar “Tomando Nota”

Após a leitura do texto, escolha uma das questões a seguir para desenvolver uma reflexão sobre o tema e “tomar nota” de algo que te chamou atenção com base em:



Qual o ponto principal do texto?



O que, do propósito apresentado, você achou desafiador, confuso ou difícil de entender?



Qual âmbito do propósito você gostaria de aprofundar ou debater com seus colegas?



O que você achou mais interessante?

Lembre-se: É interessante que esse seja um momento de reflexão individual dos estudantes.

Para isso, eles podem usar o espaço de anotações para pontuar suas respostas.

(Rotina de pensamento adaptada de Project zero - Harvard Graduate School of Education.
Take Note: A routine for distilling ideas and identifying emerging questions, 2019)



Dica para ampliar a experiência de aprendizagem: abra espaço para que os estudantes possam debater sobre os pontos observados e suas maiores dúvidas sobre o bom uso do propósito dentro do mundo empresarial e profissional. A ideia é que encontrem perspectivas únicas sobre seus próprios valores e vivências, e relacionem com o mundo dos negócios.

Passo 2 Pensando propósitos e mapeando ideias

Propor uma ideia de negócio não é uma tarefa fácil. Podemos desenvolver infinitas possibilidades de soluções, mas é fundamental entendermos seus efeitos e caminhos reais para que possamos elaborar algo coerente e viável. Para desenvolver o pensamento coletivo em busca de um propósito em comum, é importante analisar exemplos e problemas reais que podem ser (ou já foram) desenvolvidos e solucionados. Esse tipo de análise pode ser feita a partir de um *brainstorming* e de suas diferentes possibilidades de aplicação.

Usar o *brainstorming* (da tradução livre “tempestade de ideias”) consiste em debater coletivamente a solução de problemas ou propostas de inovação em prol de uma ideia ou empreendimento. É a partir dessa ferramenta que se torna viável o desenvolvimento de um *networking* e a expansão do pensamento coletivo visando o propósito em comum e as melhores formas de alcançá-lo.

Apesar do nome “diferente”, essa ferramenta está presente no dia-a-dia das pessoas em diferentes cenários. Isso porque seu objetivo geral é expor ideias e desenvolvê-las em grupo. A diferença é que, dentro do *brainstorming*, foram criadas metodologias para otimizar esse processo e torná-lo mais eficaz.

Como realizar um *brainstorming*?

Para realizar um momento com a ferramenta *brainstorming* de maneira eficaz, existem diferentes metodologias estruturadas, que normalmente envolvem os seguintes passos projetados para maximizar o potencial criativo e a resolução de problemas:



Indicar um objetivo:

Iniciar com a clara definição do que se pretende alcançar com o *brainstorming*. Isso orienta a discussão e mantém o foco da equipe.



Analisar os desafios e problemas:

Reconhecer e discutir os obstáculos e questões que precisam ser superados, permitindo uma compreensão compartilhada das dificuldades enfrentadas.



Indicar e elencar ideias:

Estimular a livre expressão de sugestões e soluções para os desafios e problemas levantados, seguida pela organização dessas ideias de maneira que todas sejam consideradas.



Elaborar um plano de ação:

A partir das ideias propostas, formular um plano concreto para a implementação das soluções escolhidas.

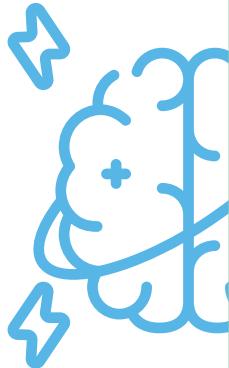
Você sabe o que é networking?

Networking é um termo usado para definir a conexão entre pessoas em que o principal interesse é profissional.

Ao compreender a progressão dos passos de um *brainstorming*, os estudantes desenvolvem a habilidade de estruturar o pensamento criativo coletivo em torno de objetivos claros, promovendo competências de análise crítica, colaboração e planejamento estratégico.

Assim, é importante introduzir as diferentes metodologias de *brainstorming*, destacando o valor dessas técnicas em orientar e aprimorar cada fase do processo, especialmente na etapa de geração de ideias. Essas abordagens atuam como ferramentas para refinar os objetivos, facilitando a identificação e o entendimento dos desafios, incentivando a diversidade e originalidade na criação de soluções, e auxiliando na formulação de estratégias de ação efetivas. Confira, a seguir, três opções interessantes de técnicas de *brainstorming* para apresentar para os estudantes:

Speedstorming



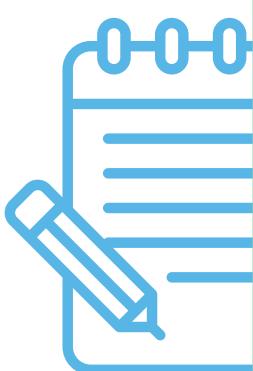
Um pequeno grupo (entre cinco e seis pessoas) deverá se reunir, cada integrante portando uma folha de papel ou caderno. Com uma caneta, cada integrante terá, simultaneamente, cinco minutos para escrever uma ideia. Dado o tempo, a folha ou caderno é passado para o integrante ao lado direito, que terá mais cinco minutos para construir uma nova ideia a partir da ideia escrita pela pessoa do lado esquerdo e assim o processo se repete até concluir o ciclo. O objetivo é que, ao final, todos tenham ideias que conversem entre si e sejam coerentes com o propósito do grupo, para que, assim, possam escolher a melhor solução coletivamente.

Brainwriting



O foco inicial dessa técnica é a criação de ideias individualmente acerca do objetivo do *brainstorming*, para então compartilhá-las com o grupo. O objetivo é incentivar a criatividade individual e evitar que as ideias sejam condicionadas pelo pensamento coletivo desde seu início, possibilitando um volume maior de ideias, bem como perspectivas mais únicas a serem apresentadas como soluções.

Nominal



Essa técnica funciona para facilitar o pensamento livre de julgamentos e barreiras sociais. Isso porque o foco é que as ideias sejam sugeridas de maneira anônima. Cada integrante deverá escrever, em um papel ou em alguma plataforma digital que permita sua permanência anônima, sua ideia ou solução para o que está sendo pautado no *brainstorming*. Em seguida, todos lêem e tomam decisões a partir do que foi apresentado, sem julgamentos. O objetivo é que tudo seja compartilhado sem viés, permitindo que todos se expressem verdadeiramente, criando um ambiente propício para a inovação e a diversidade de pensamento.

Passo 3 Chuva de soluções



Para expandir a inteligência coletiva, orientamos uma experiência de aprendizagem em que os estudantes explorem, em grupo, soluções para desafios reais, buscando alcançar um propósito comum. Esta abordagem fomenta para que eles exercitem o trabalho em equipe para a resolução de problemas e o pensamento crítico-criativo, conectando os estudos e observações feitas no módulo **Despertar para expandir a inteligência coletiva até então**.

Os conceitos desenvolvidos e apresentados ao longo do módulo **Despertar para expandir a inteligência coletiva**, visam preparar e, simultaneamente, auxiliar no desenvolvimento de ideias como negócios viáveis para serem apresentados de maneira completa e coerente na experiência de aprendizagem final, a Expoldeias. Com isso, oriente para que, desde já, os estudantes pensem em soluções a longo prazo, objetivando cumprir com a feira de ideias que é a Expoldeias.

Portanto, o propósito da experiência “**chuva de soluções**” é proporcionar aos estudantes uma oportunidade de pensar e construir soluções coletivamente. Dessa forma, eles poderão aprimorar a clareza no compartilhamento de ideias, promovendo a análise crítica e estratégica ao escolher e planejar a implementação da solução que foi idealizada por eles através de um plano de ação.

Lembre-se, professor, o módulo “Despertar para expandir a inteligência coletiva” visa desenvolver, em cada experiência de aprendizagem, uma etapa para que os estudantes possam trabalhar coletivamente para propor uma ideia de negócio como fechamento do módulo. A presente etapa, “chuva de soluções”, funciona para que estabeleçam os grupos e ideias a serem trabalhadas e desenvolvidas ao longo do módulo.

Oriente as instruções abaixo para que os estudantes possam seguir com a experiência de aprendizagem. O material de apoio para a experiência de aprendizagem “chuva de soluções” pode ser acessado no *planner*, página 09.



Instruções



1 Reúnam-se em grupos:

A turma deverá ser dividida em grupos de até seis pessoas.

2 Alinhem um propósito:

É importante que compartilhem e se identifiquem com um mercado, área ou situação em que pode haver uma oportunidade de negócio. Isso pode ser feito por meio de um debate em grupo!

3 Analisem os desafios e problemas:

A partir da situação-problema, área ou mercado definido, é fundamental que todos reconheçam e pontuem quais problemas relacionados a essa questão poderão ser uma oportunidade de negócio viável.

4 Brainstorming de soluções:

Todos devem usar alguma técnica de dentre as apresentadas anteriormente para criar uma solução para o problema pautado, elaborando, assim, a ideia para um empreendimento viável. Esse é o ponto central da atividade.

5 Elaborem um plano de ação:

A partir da ideia proposta, formulem um plano de ação concreto considerando prazos e as metas para alcançar o objetivo da solução. Use o espaço para o plano de ação disponível na página 10 do planner.

Plano de ação



Veja um exemplo!

Imagine o seguinte cenário hipotético para ilustrar nosso exemplo:

Carla reuniu-se com seus colegas de turma e todos chegaram à conclusão que gostariam de resolver o problema de falta de arte pela escola! A arte é uma parte importante no desenvolvimento de cada indivíduo e um ambiente complementado por obras, como pinturas, pode fazer toda a diferença na performance e boa convivência dos estudantes.

Pensando nisso, o grupo de Carla decidiu fazer um brainstorming para pensar em soluções práticas que possam resolver essa questão e chegaram a solução de repintar as paredes da escola com artes inspiradoras para os estudantes.

Ao final da experiência, é essencial que os estudantes tenham melhor compreensão de como organizar suas ideias e colaborar para que o grupo pense em prol de um propósito comum. O objetivo é garantir que estejam equipados com o conhecimento e as ferramentas necessárias para elaborar ideias e soluções criativas viáveis para serem aplicadas no mundo real a partir de problemas que podem identificar com suas vivências.

**Hora de colocar em prática:
Chuva de soluções**

Chegou o momento de soltar a criatividade coletiva com o brainstorming! Na experiência "Chuva de Soluções", você e seu grupo focarão em um problema real. Juntos, vocês deverão pensar em soluções práticas que façam sentido para todos, usando suas vivências como inspiração. É a chance de unir forças, aprender uns com os outros e criar algo realmente útil e inovador. Junte-se para fazer essa chuva de ideias transformar soluções incríveis!

Lembre-se: a ideia é que a solução encontrada possa ser encarada como um negócio! Com isso em mente, confira cuidadosamente as orientações a seguir:

Instruções

- 1 **Reúnam-se em grupos:** A turma deverá ser dividida em grupos de até seis pessoas.
- 2 **Analysem os desafios e problemas:** A partir da situação-problema, área ou mercado definido, é fundamental que todos reconheçam e pontuem quais problemas relacionados a essa questão poderão ser uma oportunidade de negócio viável.
- 3 **Brainstorming de soluções:** Todos devem usar alguma técnica de brainstorming dentro ou apresentadas anteriormente para criar uma solução para o problema pautado, elaborando, assim, a ideia para um empreendimento viável. Esse é o ponto central da atividade.
- 4 **Elaborem um plano de ações:** A partir da ideia proposta, formulem um plano de ação concreto considerando prazos e as metas para transformá-la em solução. Use o espaço para o plano de ação disponível na página seguinte.
- 5 **Altinem um propósito:** É importante que compartilhem e se identifiquem com um mercado, área ou situação em que pode haver uma oportunidade de negócio. Isso pode ser feito por meio de um debate em grupo.

Ideia:

O que precisamos fazer para transformar a ideia em solução?

Meta	Até	Prazo
Assim, até o prazo		

Será possível transformar a ideia em solução.

Problematizar



Plano de aprendizagem

Para que compreendam com mais segurança o tema proposto no módulo, é importante que os estudantes desenvolvam habilidades variadas e tenham a oportunidade de solucionar situações-problemas reais ou hipotéticas. Este é o ponto em que o estudante encontra oportunidade para as problemáticas identificadas.

Passo 4 Vendendo uma ideia

Ampliar a inteligência coletiva, em prol de desenvolver e apresentar uma ideia de negócio viável ao final do módulo, exige o aprimoramento de habilidades específicas para uma apresentação eficaz. Ao formularmos uma ideia, seja ela um projeto, seja um negócio, é essencial que estejamos capacitados para organizar e comunicar nossas propostas de maneira que o público que desejamos alcançar comprehenda com clareza e se interesse pelo que estamos oferecendo. Esse processo de preparação e apresentação permite que os estudantes estruturem suas ideias de forma lógica e persuasiva, fortalecendo suas capacidades de comunicação e argumentação, habilidades estas indispensáveis tanto no mundo dos negócios, quanto na vida real.

Com a solução definida pelo grupo, o passo seguinte é entender como vender a ideia. Ou seja, como usar ferramentas de persuasão para configurar valor para o negócio na visão do **público interessado**. Vale lembrar que quando falamos de “**público interessado**”, não direcionamos o discurso apenas para o que conhecemos como o **público-alvo**, ou seja, um grupo de pessoas para qual um empreendimento, solução ou ideia é direcionado e que compartilha de características comuns, como idade, localização geográfica, interesses, renda, problemas e necessidades. O público interessado é o que chamamos no mundo do empreendedorismo de **stakeholders**. Em outras palavras, todos aqueles cujas ações e políticas da empresa possam interessar, como possíveis investidores, público-alvo, parceiros, funcionários da própria empresa, entre outras possibilidades.

Por meio da compreensão de ferramentas de negócios, como o plano de marketing, os estudantes podem aprofundar suas compreensões sobre como aprimorar e direcionar uma ideia de modo que ela ressoe com o público interessado. Para isso, desenvolveremos uma estratégia de *marketing* que se origina da ideia e do desafio proposto na experiência de aprendizagem “**chuva de soluções**”. Essa proposta servirá como um catalisador para aplicar habilidades de análise, planejamento estratégico, comunicação estratégica e conceitos de *marketing*, num exemplo pertinente com a mentalidade criada e desenvolvida até então, para que possa ser traduzida para um planejamento de como cativar o público interessado na experiência de aprendizagem “**itinerário de conexão com a audiência**”.



Direcione e identifique o público-alvo

Identificar quem será beneficiado por um projeto ou solução é essencial para entender e desenvolver essa ideia. Uma maneira de fazer isso é analisando o problema e quem seria afetado pela solução proposta na experiência de aprendizagem “chuva de soluções”. Para definir esse público de forma eficaz, podemos seguir cinco passos simples:

- 1 **Conheça o mercado** – entender como funciona o mercado em que o seu negócio se enquadra é um passo primordial para identificar o público ao qual ele interessa. Isso pode ser feito a partir de análises de concorrentes e os clientes que frequentam ou consomem esses concorrentes.

Outra forma é pesquisar por artigos e reportagens sobre o tema ou acessar as redes sociais para entender o que o público está falando sobre esse mercado. Não se esqueça de considerar, em suas pesquisas, fatores sociais, ambientais, culturais e tecnológicos que podem influenciar no desempenho da sua empresa.

- 2 **Aprofunde e alinhe o problema que o seu negócio soluciona** – isso já foi desenvolvido no brainstorming da experiência anterior! O momento servirá então como uma forma de delimitar os desafios que podem ser superados a partir da solução proposta.

O ideal é que esse tipo de informação esteja na ponta da língua e sempre presente no pensamento de todos os integrantes do grupo. Isso porque, além de incentivar para que se desenvolvam melhorias ou até mesmo novas propostas de negócio, também é um forte argumento e objeto de análise para entender e convencer o público interessado na eficácia da solução estabelecida.

- 3 **Colete dados e analise** – para além de pesquisar, é importante ter uma escuta ativa. Por isso, conhecer seu público interessado envolve a coleta de dados. Em outras palavras, é importante ouvir diretamente as pessoas que você entende que possam estar interessadas no projeto ou solução proposta, para tirar a prova de que fazem parte, de fato, do grupo alvo e também para entender mais a fundo como a sua ideia pode beneficiar todas as partes envolvidas.

Para concluir com mais clareza essa etapa, é possível usar de ferramentas de pesquisa como:



4 Categorize o público-alvo – crie categorias de elementos em comum a partir das observações feitas nas etapas anteriores. Isso poderá envolver elementos como:



Faixa etária



Gênero



Renda



Região

Além disso, busque pontuar elementos mais característicos do seu nicho de mercado em específico, podendo considerar até mesmo hábitos e gostos como parte da categorização.

5 Aumente o seu repertório – agora que já é possível delinear o público-alvo e suas características, é chegado o momento de verificar as informações e adicionar dados ao seu repertório. Essa etapa pode ser desenvolvida com base nos dados coletados até então, somados a estudos e pesquisas disponíveis em sites como o *Google Analytics* ou a Plataforma *Lattes*. É o momento de aprofundar e garantir que não deixou nada passar!

Ao entender quem é o público-alvo do tipo de negócio proposto, também precisamos criar maneiras para alcançar esse grupo. Uma forma coerente de fazer isso é estabelecer um plano de *marketing*, que mapeia estratégias de engajamento para que a ideia chegue a quem se destina.



Marketing de produto

Falar sobre estratégias de *marketing* pode ser assustador a princípio, mas existem várias formas de marketing que consumimos diariamente sem ao menos saber. São inúmeras as possibilidades de divulgação de uma marca ou produto. Isso porque existe uma forma adequada para cada propósito estabelecido. No módulo **Despertar para expandir a inteligência coletiva**, a ideia é que os estudantes estudem e entendam melhor sobre o que eles mesmos estão desenvolvendo para que, dessa forma, possam expressar suas ideias e soluções de maneira eficaz. Para isso, existe a estratégia conhecida como marketing de produto.

O **marketing de produto** nada mais é do que uma estratégia de divulgação pensada a partir da apresentação da solução, suas funcionalidades e seus benefícios para o público-alvo. O objetivo dessa ferramenta é enriquecer a solução, explorando sua adesão no mercado e cultivando uma vantagem competitiva única. Esse tipo de estratégia incentiva o desenvolvimento de estratégias inovadoras e a análise crítica do posicionamento no mercado, habilidades essenciais para o empreendedorismo e a gestão.



Passo 5 Itinerário de conexão com a audiência

Para que os estudantes possam entender como expandir a inteligência coletiva visando desenvolver uma ideia como um negócio, é fundamental que descubram maneiras de fazer com que o público para o qual essas ideias são direcionadas saiba que elas existem. Isso pode ser feito a partir de um **Plano de Marketing** – um planejamento estratégico de ações para criar maneiras de alcançar e atingir o público-alvo da ideia, negócio ou solução proposta.

Para transformar uma ideia em realidade, é imperativo que existam caminhos para que a informação chegue nos lugares certos. Quando definimos um propósito claro para nossa ideia, identificamos também o nicho específico ao qual ela se destina. E é esse nicho para o qual devemos elaborar caminhos por meio do **plano de marketing**.

O módulo **Despertar para expandir a inteligência coletiva** visa apresentar diferentes formas de desenvolver ideias de negócio exercitando o pensamento em grupo. Muitas vezes, essa ideia pode ser uma campanha estudantil, um empreendimento ou uma solução sem fins lucrativos. De toda forma, professor, salientamos que conhecer o mercado e o público para qual uma ideia é destinada é indispensável em qualquer cenário. Para isso e para que os estudantes possam alcançar seus objetivos com mais clareza e eficiência, é necessário exercitar e compreender o que é um plano de *marketing* e quais são os efeitos que ele pode causar.

Oriente as instruções abaixo para que o estudante possa seguir com a experiência de aprendizagem “*itinerário de conexão com a audiência*”.

Instruções

1 Reúna com seu grupo:

Todos os integrantes do grupo formado na experiência anterior deverão se reunir para que possam desenvolver essa experiência de aprendizagem de maneira coletiva. A partir de agora, vocês são uma empresa!

2 Identifiquem o público-alvo:

Utilizando o material de apoio sobre como identificar o público-alvo – “Dirixe e identifique o público-alvo” – disponível na página 12, criem o perfil do público-alvo. Uma dica é usar o espaço de anotações do planner para isso!

3 Crem uma descrição do negócio:

Estruturem a ideia para que todos os integrantes entendam com mais clareza como a solução funciona. Para isso, preencha a tabela da solução disponível na página 19 do planner, na qual deverão definir e relatar os seguintes itens:

- Mercado e nicho do empreendimento.
- Público-alvo.
- Possíveis concorrentes.
- Benefícios que a solução pode trazer para o público-alvo.
- Maiores desafios para que a solução funcione.

4 Pensem cuidadosamente e elaborem um posicionamento de empresa:

Usando a tabela desenvolvida na etapa anterior, vocês deverão refletir como querem que a empresa seja vista pelo público e preencher os campos restantes:

- **Valores da empresa** – Qual o conjunto de princípios morais e éticos que definem a forma pela qual a empresa é conduzida?
- **Visão dos objetivos a longo, médio e curto prazo** – O que a empresa espera alcançar?
- **Missão da empresa** – Por qual motivo a empresa foi criada? O que espera resolver?

5 Criem uma estratégia de marketing de produto:

A partir dos pontos definidos na tabela da solução, pensem em como apresentar a sua solução para o público interessado focando na solução proposta. É o momento de exercitar a criatividade e buscar uma narrativa que possa impactar os espectadores! Para criar uma estratégia de marketing de produto, use o espaço para anotações do planner e estabeleça uma maneira de apresentar com clareza:

- *Qual o propósito da solução e da empresa.*
- *De que forma as pessoas podem se beneficiar a partir dessa solução.*
- *Como essa solução funciona na prática.*

6 Apresentem e compartilhem o que foi elaborado:

Apresentem a solução para os colegas da turma a partir do que foi elaborado na estratégia de marketing. Aqui, o grupo deverá considerar os colegas como o público-alvo.

Tabela da solução



Ao final da experiência, é importante que os estudantes tenham mais clareza sobre como analisar os elementos que englobam o funcionamento de uma empresa e a solução que ela propõe, tendo como ponto de partida a noção do público que ela atinge ou quer atingir. Além disso, é imperativo que tenham exercitado o trabalho em equipe para o desenvolvimento de estratégias de persuasão e a comunicação entre integrantes para que a tabela e o plano de marketing sejam construídos pela visão do grupo. Essas habilidades permitirão que descubram formas eficientes de se comunicarem como um coletivo, visando o propósito comum de apresentar a ideia desenvolvida para um público interessado. Dessa forma, os estudantes estarão melhor equipados para moldar suas ideias e compartilhá-las com o grupo de maneira eficiente e clara, além de desenvolver maneiras de elaborar ideias em equipe e colocá-las em prática.



Protagonizar



Plano de aprendizagem

Para consolidar os conhecimentos adquiridos ao longo do módulo, é importante que os estudantes percebam, na prática, como o que aprenderam pode auxiliá-los a conquistarem objetos concretos da sua vida real. Chegamos ao momento no qual cada estudante terá a oportunidade de protagonizar a maneira de expandir a inteligência coletiva de forma a trabalhar em equipe para um único propósito.

Passo 6 Ferramentas de autoração

Expandir a inteligência coletiva pode ser um desafio se não contarmos com as estruturas e ferramentas ideais para auxiliar nesse propósito. As **ferramentas de autoração** são elementos que visam facilitar os processos de criação e organização das ideias pautadas. É uma maneira de preencher e visualizar lacunas que, muitas vezes, demandam muito mais tempo e esforço do que seria ideal.

A palavra “autoração” vem da ideia de autorar a criação de um conteúdo. Pensando por essa perspectiva, você já deve conhecer alguns exemplos populares desse gênero, seja via sites, seja aplicativos online. Se atente para a experiência de aprendizagem “Explodeideas” para conhecer mais de vinte ferramentas e suas funcionalidades.

Passo 7 Preparando a solução para alcançar *stakeholders*

Elaborar um negócio viável em equipe exige a partilha de um propósito comum. Porém, a colaboração interna só é efetiva quando há apoio externo de investidores e outras partes interessadas comprometidas com o crescimento do negócio. “*Stakeholders*” é o que podemos definir como aqueles com interesse na solução, no alcance e nas políticas que a empresa tem a oferecer. Muitas vezes se tratam do público interessado além do público-alvo, como possíveis investidores, funcionários da empresa e parceiros que podem contribuir para o crescimento do negócio de alguma forma.

Para atingir as partes interessadas, adotamos uma técnica de comunicação direta e eficaz: o pitch de elevador. Essa abordagem, semelhante à estratégia de *marketing* já abordada anteriormente neste módulo, foca em apresentar a essência do negócio de forma concisa e impactante, visando captar o interesse e o apoio necessário para o seu crescimento.

Podemos entender o ***pitch de elevador*** como um discurso rápido de apresentação da sua empresa e solução, que tem a duração de até 1 minuto. Esta estratégia é projetada para promover a eficiência e a clareza na comunicação dos aspectos cruciais do negócio a potenciais investidores e interessados. O objetivo é condensar a proposta em seus elementos fundamentais, focando em áreas de particular interesse para o público. Para isso, deverá considerar e pontuar:



O problema que o seu negócio resolve.



A solução que o seu negócio oferece.



O modelo de negócio.



O público-alvo.



Diferenciais em relação à concorrência.

Após compreender como alcançar o público-alvo, os estudantes agora estão melhor preparados para polir suas propostas e apresentá-las de maneira concisa e eficiente. Desenvolver um pitch de elevador é o próximo passo para que o trabalho coletivo seja colocado em prática. O foco é que elevem suas habilidades de comunicação para apresentar uma solução coerente com a situação-problema identificada e que possa ser notada como uma necessidade a ser suprida no mercado escolhido. A partir desse tipo de raciocínio, é possível que aumente a compreensão da análise do mercado e formas coerentes de discurso visando um propósito em comum.

Ao exercitar tais habilidades por meio do pitch de elevador, os estudantes estarão equipados para tomar decisões coletivamente, assim como elaborar um discurso persuasivo a partir da coleta e análise de dados valiosos para a implementação de suas ideias no mundo real.





Entendendo o modelo de negócio

Elaborar um modelo de negócio é uma forma clara e concisa de organizar as ideias do grupo em relação ao empreendimento e solução propostos. Um modelo de negócio nada mais é do que um canvas para que possam preencher as principais informações norteadoras de um negócio. É muito usado para que todos os membros da equipe tenham uma visão direcionada do que se trata o empreendimento e como ele funciona.

Alex Osterwalder, criador dessa ferramenta, indica os 9 campos a serem preenchidos ao elaborar um modelo de negócio:

- 1 Segmento de mercado:** sua ideia contempla qual tipo de mercado? Ex.: vestuário, limpeza, estética, etc.
- 2 Proposta de valor:** do que se trata o negócio a ser desenvolvido? Qual sua ideia? Ex.: uma loja de kit festa temática para aniversários e outros eventos.
- 3 Canais de distribuição:** por qual meio seu produto alcançará o cliente final? Ex.: venda pelas redes sociais com entrega via aplicativo de delivery.
- 4 Relacionamento com clientes:** quais serão os pontos de contato com o consumidor? Ex.: DM do Instagram ou atendimento apenas via WhatsApp.
- 5 Fontes de receita:** qual a origem dos recursos do seu negócio? Ex.: venda de um ou mais produtos, fornecimento de um serviço, ou até mesmo disponibilização de um espaço publicitário.
- 6 Recursos principais:** quais recursos são essenciais para a sua empresa fazer o que faz? Ex.: equipe para mão-de-obra, ingredientes, etc.
- 7 Atividades-chave:** qual a atividade principal da empresa? Ex.: venda de bombons gourmet, mini-bolo, salgadinhos artesanais e outros itens para festa estruturados em kits fechados ou personalizados.
- 8 Principais parcerias:** quais parcerias são fundamentais na entrega de valor e nas estratégias do negócio? Ex.: fornecedores.
- 9 Estrutura de custos:** quanto custa a estrutura do seu empreendimento? Ex.: considere o valor da compra dos insumos, mão-de-obra, contas (luz, água, gás, etc), aluguel do espaço, etc.

A partir das ideias desenvolvidas ao longo do módulo **Despertar para expandir a inteligência coletiva**, os estudantes já contam com o repertório de conhecimento necessário para organizar seus empreendimentos e construir um pitch de elevador para apresentar suas soluções na feira de ideias da turma: a **Explodeias!**

Passo 8 **Explodeias**

Para que os estudantes possam entender como expandir a inteligência coletiva em prol de organizar suas ideias e criar um discurso de apresentação eficiente e persuasivo para expor as soluções trabalhadas ao longo do módulo, é fundamental que coloquem os conceitos introduzidos em prática. Isso funcionará para que possam compartilhar o que vêm trabalhando desde o início e para que também possam analisar o progresso feito pelos outros grupos da turma.

Para colocar os conceitos reforçados em prática, proponha a elaboração de um *pitch de elevador* a partir das soluções desenvolvidas coletivamente por cada grupo. O processo deve incentivar que os estudantes utilizem de seus conhecimentos e habilidades para apresentar o negócio proposto de maneira convincente e objetiva.

O objetivo dessa dinâmica é exercitar o trabalho em equipe para a elaboração de uma apresentação prática, estimulando o pensamento crítico e estratégico, além das habilidades de comunicação dos integrantes de cada grupo. Encoraje os estudantes a pensar de maneira inovadora, considerando como suas propostas e como podem afetar o público-alvo. Oriente as instruções abaixo para que o estudante possa seguir com a experiência.

Instruções



1 Reúna o grupo:

É importante que os integrantes originais do grupo que desenvolveu a empresa se reúnam para desenvolver a dinâmica “*expoideias*”.

2 Elaborem um modelo de negócio:

Com base nos conceitos trabalhados ao longo do módulo **Despertar para expandir a inteligência coletiva**, preenchem o modelo de negócio disponível na página 28 do planner.

3 Acessem a tabela de autoração para selecionar ferramentas úteis:

Para ajudar o grupo na organização de ideias e elaboração da apresentação do pitch de elevador, acesse a tabela de autoração interativa disponível no QR Code ao lado.



4 Criem uma apresentação em slides:

Usando uma das ferramentas de autoração apresentadas na tabela da etapa anterior, o grupo deve criar uma apresentação de slides que pontue os elementos necessários para cumprir com o pitch de elevador. Essa apresentação será usada como material de apoio visual tanto para o grupo, quanto para o público interessado que o assiste e deve pontuar:

- Qual o problema que o seu negócio resolve?
- Qual o produto/serviço que sua empresa oferece para solucionar tal problema?
- Qual o seu modelo de negócio (como a empresa entrega a solução para o problema)?
- Qual o público-alvo da empresa?
- Quais os diferenciais do seu negócio em relação aos concorrentes?

Usem os espaços de anotações do planner para organizar suas ideias.

5 Crem um discurso persuasivo:

Elaborem um discurso de apresentação da solução desenvolvida pelo grupo. É importante que o discurso aborde todos os 5 pontos apresentados no slide de apoio visual criado e que seja elaborado de maneira a gerar o interesse dos stakeholders no seu negócio.

Lembre-se: toda a apresentação não deverá passar de um minuto de duração. Por isso, é imprescindível que todos os pontos sejam abordados de maneira eficiente, interessante, convincente e objetiva.

6 Explodeias:

Chegou o momento de apresentar o seu pitch de elevador na feira de ideias, a Explodeias! Toda a turma deverá estar reunida para assistir as apresentações de ideias. Usem um monitor ou alguma forma de projeção para apresentar o slide de apoio visual e se organizem para apresentar a solução da melhor forma em até um minuto de duração.



Dica para ampliar a experiência de aprendizagem: reserve um momento da aula após cada apresentação para que os estudantes possam dialogar entre si e fazer perguntas sobre a solução proposta pelo grupo. Esse momento permite que compartilhem feedbacks construtivos sobre as apresentações e esclareçam dúvidas sobre as soluções propostas pelos grupos, engajando a turma nas ideias apresentadas ao longo da Explodeias.

Modelo de negócio



Tabela de autoração

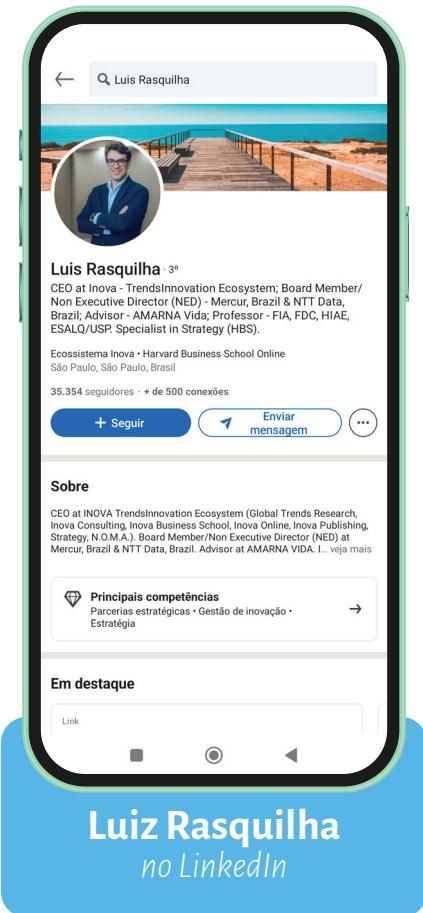
Ao concluir esta experiência prática com a feira Explodeias, é fundamental que os estudantes tenham aprimorado suas habilidades comunicativas de persuasão, assim como o trabalho em equipe. O objetivo é incentivá-los a conceber maneiras inovadoras e criativas de engajar os stakeholders efetivamente, garantindo que a essência e os objetivos dos projetos elaborados sejam transmitidos com clareza.

As habilidades trabalhadas ao longo do módulo **Despertar para expandir a inteligência coletiva** visam preparar os estudantes para o desafio de comunicar suas ideias de forma impactante, destacando a importância da clareza de mensagem e do engajamento ativo com o público no contexto do empreendedorismo e inovação.



Match com especialistas:

Para que o estudante possa ter contato com outras perspectivas e fontes de informações sobre o conteúdo abordado no módulo, é importante estimular para que ampliem o repertório de conhecimentos. Com isso, reserve um momento final para uma partilha coletiva dos aprendizados construídos e aproveite este momento para sugerir que os estudantes deem um match com especialistas do assunto.



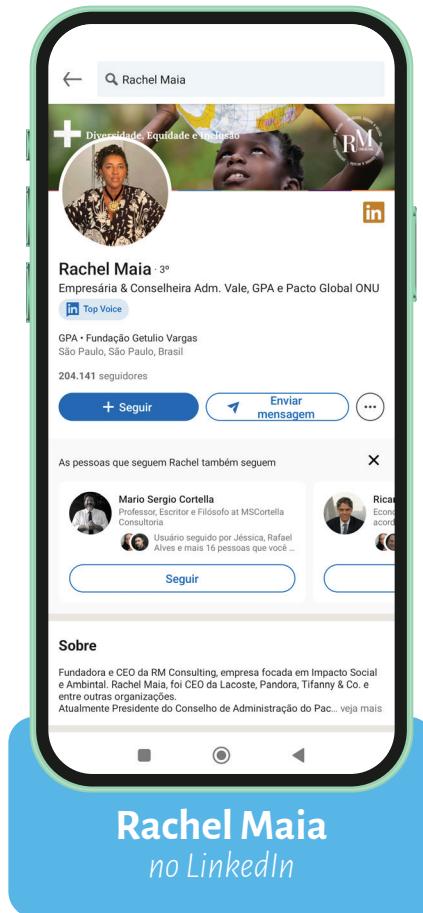
Luis Rasquilha · 3º
CEO at Inova - TrendsInnovation Ecosystem; Board Member/Non Executive Director (NED) - Mercur, Brazil & NTT Data, Brazil; Advisor - AMARNA Vida; Professor - FIA, FDC, HIAE, ESALQ/USP. Specialist in Strategy (HBS).
Ecosistema Inova • Harvard Business School Online São Paulo, São Paulo, Brasil
35.354 seguidores · + de 500 conexões
+ Seguir Enviar mensagem ...

Sobre
CEO at NOVA TrendsInnovation Ecosystem (Global Trends Research, Inova Consulting, Inova Business School, Inova Online, Inova Publishing, Strategy, N.O.M.A.), Board Member/Non Executive Director (NED) at Mercur, Brazil & NTT Data, Brazil. Advisor at AMARNA VIDA. I... veja mais

Principais competências
Parcerias estratégicas • Gestão de inovação • Estratégia

Em destaque
Link

Luiz Rasquilha
no LinkedIn

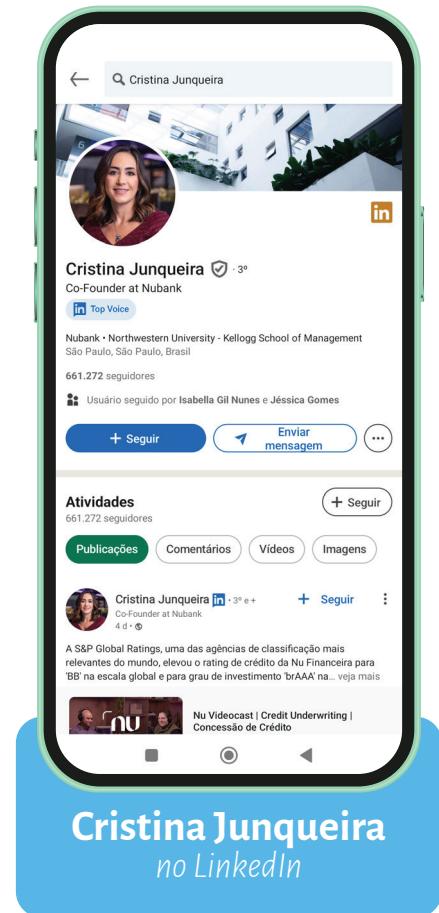


Rachel Maia · 3º
Empresária & Conselheira Adm. Vale, GPA e Pacto Global ONU
in Top Voice
GPA • Fundação Getulio Vargas São Paulo, São Paulo, Brasil
204.141 seguidores
+ Seguir Enviar mensagem ...

Sobre
Fundadora e CEO da RM Consulting, empresa focada em Impacto Social e Ambiental. Rachel Maia, foi CEO da Lacoste, Pandora, Tiffany & Co. e entre outras organizações.
Atualmente Presidente do Conselho de Administração do Pac... veja mais

Atividades
661.272 seguidores
Publicações Comentários Vídeos Imagens
Cristina Junqueira in · 3º e + + Seguir
A S&P Global Ratings, uma das agências de classificação mais relevantes do mundo, elevou o rating de crédito da Nu Financeira para 'BB' na escala global e para grau de investimento 'brAAA' na...

Rachel Maia
no LinkedIn



Cristina Junqueira · 3º
Co-Founder at Nubank
in Top Voice
Nubank • Northwestern University - Kellogg School of Management São Paulo, São Paulo, Brasil
661.272 seguidores
usuário seguido por Isabella Gil Nunes e Jéssica Gomes
+ Seguir Enviar mensagem ...

Atividades
661.272 seguidores
Publicações Comentários Vídeos Imagens
Cristina Junqueira in · 3º e + + Seguir
A S&P Global Ratings, uma das agências de classificação mais relevantes do mundo, elevou o rating de crédito da Nu Financeira para 'BB' na escala global e para grau de investimento 'brAAA' na...

Cristina Junqueira
no LinkedIn

Referências



DINAMIZE. Como definir seu público-alvo em 5 passos simples. In: DINAMIZE, 2020. Disponível em: <https://www.dinamize.com.br/blog/publico-alvo/>. Acesso em: 10 abr. 2024.

FM2S Educação e Consultoria. Brainstorming: o que é? veja técnicas e modelos. In: FM2S Educação e Consultoria, 20 maio 2020. Disponível em: <https://www.fm2s.com.br/blog/o-que-e-brainstorming>. Acesso em: 10 abr. 2024.

LAM, Camila. 6 dicas para você ter uma boa ideia de negócio. Exame, 30 nov. 2012. PME. Disponível em: <https://exame.com/pme/6-dicas-para-voce-ter-uma-boa-ideia-de-negocio/>. Acesso em: 10 abr. 2024.

PAULILLO, Júlio. Tipos de estratégias de marketing: conheça as 6 principais para impulsionar os resultados da sua empresa. In: Agendor, 2020. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/tipos-de-estrategias-de-marketing>. Acesso em: 10 abr. 2024.

PROJECT zero. Take notes: A routine for distilling ideas and identifying emerging questions. In: HARVARD School of Education. Project Zero, 2019. Disponível em: https://pz.harvard.edu/sites/default/files/Take%20Note_0.pdf. Acesso em: 10 abr. 2024.

SEBRAE. Como fazer um plano de marketing. In: PORTAL SEBRAE, 17 out. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-um-plano-de-marketing,aa74b6ca7f5e3810VgnVCM10000od701210aRCRD>. Acesso em: 10 abr. 2024.

VON AHN, Luis. 10 inovações que transformaram a educação. In: DUOLINGO. Duolingo blog, 18 jul. 2022. Disponível em: <https://blog.duolingo.com/pt/duolingo-inovacoes-tecnologia/>. Acesso em: 10 abr. 2024.

ZENDESK. O que é elevator pitch? Veja como fazer um com 5 dicas. In: ZENDESK, 21 fev. 2024. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/o-que-e-elevator-pitch/>. Acesso em: Acesso em: 10 abr. 2024.







EDUCAÇÃO
EMPREENDEDORA
SEBRAE

Curso
Despertar