

Sequências Didáticas

Pense Grande Digital

MÓDULO
Meu Negócio Social



Sequências Didáticas

Pense Grande Digital

MÓDULO

Meu Negócio Social

PARCEIRO EXECUTOR



SUMÁRIO

	APRESENTAÇÃO	7
—	Que experiências de aprendizagem o Pense Grande Digital propõe aos(às) estudantes?	9
—	Como o Pense Grande Digital pode se integrar à parte flexível do currículo de sua rede?	10
—	Como você, professor(a), pode se movimentar nesta trilha?	15
—	O que marca a experiência no Módulo Meu Negócio Social do Pense Grande Digital?	18
—	Mapa da trilha	20

1

	FASE CRIANDO A SOLUÇÃO	22
	AULA 01 O eu e o outro	23
	AULA 02 Escuta Ativa	32
	AULA 03 Descobertas na comunidade	37
	AULA 04 Círculo Dourado: propósito e inovação	42

2

	FASE PENSANDO EM REDE	49
	AULA 05 Articulando parcerias	50
	AULA 06 Pesquisa de mercado	57

3

FASE 1, 2, 3, TESTANDO

62

AULA 07	O que a sua marca precisa traduzir?	63
AULA 08	Se liga no visual	68
AULA 09	Presença Digital e MVP	75

4

FASE ESCALADA FINAL

82

AULA 10	Rumo ao Topo	83
AULA 11	Sustentabilidade financeira	88

OBSERVAÇÃO

Este documento é um pdf interativo. Você pode clicar no nome da aula ou número da página para ser levado(a) direto à página escolhida. Para voltar ao sumário, basta clicar na palavra sumário no rodapé.



SOBRE A FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO

Desde 1999, a Fundação Telefônica Vivo trabalha para gerar transformação social. Somos o braço de responsabilidade social da Vivo, empresa que faz parte do Grupo Telefônica e que, por meio dos nossos programas e projetos, contribui para o desenvolvimento da sociedade, parte essencial para a missão de sustentabilidade do negócio.

Acreditamos na educação como pilar essencial de transformação da sociedade e em seu poder de garantir o empoderamento e o protagonismo de crianças e jovens, utilizando a tecnologia como instrumento a favor da inclusão e da cultura digital.

A tecnologia é utilizada para gerar metodologias disruptivas, com projetos voltados principalmente para educadores(as) e estudantes. Investimos na formação e na fluência digital de educadores(as), na inovação da prática pedagógica, na difusão da cultura do empreendedorismo social e do ensino de programação.

Geramos novas oportunidades de ensino e aprendizagem, que são guiadas por nosso compromisso em fazer, da educação, uma pauta prioritária para o país.



PENSE GRANDE DIGITAL

O programa Pense Grande, da Fundação Telefônica Vivo, criado em 2013, convida jovens de todo o Brasil a pensarem no seu projeto de vida e na sua comunidade, compreendendo o empreendedorismo social e as tecnologias digitais como aliados nas respostas aos desafios do nosso mundo atual.

O Pense Grande Digital é uma versão digital dessa metodologia.

A missão do Pense Grande Digital é fomentar a cultura do empreendedorismo de impacto social, ou seja, um modo de empreender que possui, entre suas finalidades, melhorar a vida das pessoas e das comunidades locais. Mais do que conteúdos, a formação se preocupa em desenvolver as competências necessárias para um(a) empreendedor(a) realizar seu Projeto de Vida. E tudo isso é realizado tendo a tecnologia como uma importante aliada.

A formação do Pense Grande Digital é gratuita e voltada para jovens, a partir de 15 anos, que desejam desenvolver atitudes empreendedoras e também construir novas soluções e oportunidades para si e para suas comunidades.

A jornada empreendedora é feita por uma trilha lúdica, interativa e gamificada rumo ao topo do Pico da Neblina, a montanha mais alta do Brasil.

No Pense Grande Digital o(a) participante pode contar com o apoio dos(as) mediadores(as) para esclarecer dúvidas e trocar ideias, além da possibilidade de dialogar com outros(as) jovens que também estão em busca do seu propósito.

APRESENTAÇÃO



APRESENTAÇÃO



Caro professor, cara professora do Ensino Médio,

Este material foi elaborado especialmente para você. A ideia é apoiá-lo(la) no planejamento de suas aulas, inspirando-o(a) a construir percursos mais significativos com seus(suas) estudantes, em consonância com os novos contornos do Ensino Médio no Brasil.

O novo currículo em implementação na rede se apresenta muito mais aberto ao(à) estudante, mais conectado aos seus interesses e necessidades, e estimulador da participação ativa dos(as) jovens em seu processo de formação integral. A proposta do novo Ensino Médio, portanto, visa à construção de uma escola mais dialógica, que faça mais sentido para os(as) estudantes, e, conseqüentemente, à diminuição dos altos índices de evasão escolar desse segmento. É no trabalho por competências que vislumbramos o papel da escola de promover uma educação integral, que considera as várias dimensões dos sujeitos educandos(as): afetivas, intelectuais, cognitivas, sociais e culturais.

Um agente fundamental da transformação da escola, nessa perspectiva, é o(a) professor(a), pois é quem conduzirá tantas inovações, fazendo-as chegar de fato a quem interessa: aos(às) nossos(as) estudantes do Ensino Médio.

Neste volume, apresentaremos uma sugestão de trilha pedagógica composta por 11 planos de aula. Trata-se da sugestão de um caminho formativo e cada aula é um convite para a sua apropriação. Nesse sentido, você, professor(a), pode se sentir à vontade para incorporar outros saberes e transformar as aulas, conforme o seu repertório e as singularidades de sua escola.

A seguir, destacamos alguns aspectos que você precisa conhecer antes de se apropriar desta trilha pedagógica. Passemos, então, a uma rápida rodada de perguntas!

Que experiências de aprendizagem o Pense Grande Digital propõe aos(às) estudantes?

O Pense Grande Digital se organiza de maneira bastante inovadora. A experiência de aprendizagem acontece em um ambiente digital, articulando algumas estratégias de gamificação. Na medida em que os(as) jovens acessam os conteúdos e realizam as atividades propostas, eles(as) avançam na construção do conhecimento de forma consciente: cada passo dado é algo a mais que foi aprendido e um avanço na jornada de cada um.

Para fortalecer a experiência imersiva no percurso da formação, o Pense Grande Digital se utiliza de uma metáfora potente: a realização de uma expedição de jovens aventureiros(as) rumo ao Pico da Neblina. Está dado o ambiente que torna mais atraente a dinâmica do aprender para os públicos juvenis, estimulando a participação e a cooperação.

A dimensão colaborativa da aprendizagem (e do próprio empreendedorismo) é destacada na jornada do Pense Grande Digital. Ali, uma rede social é formada na dinâmica de *feed*

e *timeline*, que os(as) nossos(as) jovens bem conhecem como funcionam. Assim, o ambiente da formação cria oportunidades para a troca entre os(as) jovens, para o compartilhamento de experiências e ideias – práticas fundamentais à atitude empreendedora.

Uma outra característica que marca a experiência do(a) jovem no Pense Grande Digital é a efetiva articulação entre prática e teoria. Tudo é proposto para que o(a) participante coloque a mão na massa e aprenda fazendo. Para isso, uma equipe de mediadores(as) interage com os(as) jovens, estimulando as trocas, esclarecendo dúvidas e orientando as atividades mais desafiadoras. Os(as) mediadores(as) Pense Grande serão importantes aliados do(a) professor(a) que resolver explorar essa trilha com seus(suas) estudantes.

O ambiente digital onde a formação acontece pode ser acessado, gratuitamente, por meio do **LINK** que será disponibilizado para professores(as) e estudantes inscritos(as). A formação poderá ser realizada no computador ou no celular. Tudo isso foi feito para ser uma experiência fluída e descomplicada para todos e todas.

Como o Pense Grande Digital pode se integrar à parte flexível do currículo de sua rede?

Os novos currículos de Ensino Médio, que todas as redes de ensino do Brasil foram convocadas a implementar, injetaram muitas inovações nessa etapa escolar. Essas inovações foram propostas com o objetivo de atender a desafios já bem conhecidos de todos nós: altas taxas de evasão escolar neste segmento, falta de conexão da escola com os interesses e com a

PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO TEXTO,
BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK OU USAR O QR-
CODE COM A CÂMERA DO SEU CELULAR



vida dos(as) estudantes e baixos indicadores de aprendizado identificados no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB).

A arquitetura curricular do Ensino Médio passa a se organizar em uma parte comum, a Formação Geral Básica, e em uma parte flexível, os Itinerários Formativos. A Formação Geral Básica se consolida nas quatro áreas de conhecimento (linguagens, códigos e suas tecnologias; ciências humanas e suas tecnologias; matemática e suas tecnologias; e ciências da natureza e suas tecnologias), articulando os saberes fundamentais a todos. Já a parte flexível do currículo visa garantir o direito de escolha consciente dos(das) jovens sobre áreas que dialogam melhor com seus projetos de vida. Então, na parte flexível dos currículos, as redes de ensino garantem, ao(à) jovem, a possibilidade de escolher Itinerários Formativos de aprofundamento - cursar eletivas e ainda trabalhar sobre seus projetos de vida de forma transversal em todo o segmento do Ensino Médio. Ainda que cada rede tenha o seu currículo próprio e suas especificidades, este é um desenho geral da arquitetura curricular que nos comunica a ampliação do espaço dado ao(à) jovem para compor percursos formativos mais significativos para a sua vida.

Considerando a parte flexível do currículo de sua rede, o Pense Grande Digital pode colaborar com as ofertas direcionadas ao(à) jovem na sua rede de ensino e na sua escola na condição de componente eletivo.

Os componentes eletivos são unidades curriculares de livre escolha dos(das) jovens que integram a parte flexível do currículo, oportunizando a ampliação de repertório e enriquecendo a

experiência do(a) estudante em seu Itinerário Formativo. As eletivas podem contemplar distintas temáticas, vivências e aprendizagens, mas precisam ter intencionalidade pedagógica e consonância com a(s) área(s) de conhecimento do itinerário cursado pelo(a) jovem e com os eixos estruturantes.

No caso do Pense Grande Digital, temos, aqui, a possibilidade de compor uma eletiva sobre Empreendedorismo de Impacto Social. O(a) professor(a) que deseja oferecer um componente eletivo sobre essa temática poderá se apropriar da sequência didática sugerida nesta publicação, incorporando as habilidades específicas da(s) área(s) de conhecimento articulada(s) aos itinerários ofertados por sua escola e também ajustando atividades e carga horária das atividades presenciais. Nesta particular apropriação realizada pelo(a) professor(a), ele(a) sabe que contará com um ambiente digital formativo, com vídeos, áudios, orientações sobre o uso de ferramentas importantes para a prática empreendedora e atividades “Mão na massa” para serem realizadas de forma assíncrona pelos(as) estudantes.

A respeito da pertinência da formação Pense Grande Digital para o novo Ensino Médio, é importante ressaltar que o empreendedorismo é um dos quatro eixos estruturantes (Investigação científica, Processos criativos, Empreendedorismo e Mediação e intervenção sociocultural) que devem compor os Itinerários Formativos, segundo a BNCC.

Os eixos estruturantes sinalizam algumas habilidades que precisam ser trabalhadas com os(as) estudantes independente da área escolhida para aprofundamento nos Itinerários. Por isso, tais eixos sinalizam habilidades e atitudes que precisam ser desenvolvidas pelos(as) jovens do Ensino Médio.

Nesse sentido, a promoção da atitude empreendedora passa pela habilidade de identificar desafios, pela capacidade de inovar, de buscar caminhos para solucionar problemas concretos do mundo, planejar e realizar projetos pessoais ou coletivos. Portanto, o empreendedorismo como eixo estruturante na parte flexível dos currículos interage de forma coerente com aspectos centrais do Novo Ensino Médio: o protagonismo juvenil, as escolhas coerentes pautadas pelos projetos de vida e a articulação do conhecimento com a vida, com a responsabilidade de transformar positivamente a sociedade.

Além das possibilidades de contribuir para a parte flexível dos currículos, a formação Pense Grande Digital está em sintonia com o trabalho por competências, conforme orienta a Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Ao longo dos planos de aula apresentados neste material, vamos destacar as competências gerais mais evidentes em cada momento desta trilha.

As competências gerais materializam o compromisso da escola em promover o desenvolvimento integral dos(as) estudantes, contribuindo para a formação dos(as) jovens em suas várias dimensões: intelectuais, culturais, políticas, sociais e emocionais. Ao estruturar os fundamentos pedagógicos por competências, a BNCC visa articular conhecimentos, habilidades, atitudes e valores em situações concretas da vida. Sendo assim, as dez competências gerais da BNCC indicam capacidades cognitivas que devem ser desenvolvidas pelo ser humano em sua integralidade.

As dez competências gerais sistematizadas na BNCC são:

01 – Conhecimento,

02 – Pensamento científico, crítico e criativo,

- 03– Repertório cultural,
- 04– Comunicação,
- 05– Cultura digital,
- 06– Trabalho e projeto de vida,
- 07– Argumentação,
- 08– Autoconhecimento e autocuidado,
- 09– Empatia e cooperação,
- 10 – Responsabilidade social e cidadania.

O infográfico a seguir oferece uma sistematização do escopo central de cada uma das dez competências gerais. Esse material compõe a publicação “Dimensões e Desenvolvimento das Competências Gerais da BNCC, concebido pela parceria do Movimento pela Base com a Organização *Center for Curriculum Redesign*.”



Fonte: Movimento pela Base Nacional Comum e *Center for Curriculum Redesign*. “Dimensões e Desenvolvimento das Competências Gerais da BNCC”. p.2



PARA SE APROPRIAR

Para se apropriar da sequência didática proposta neste documento, customizando-a conforme a área de conhecimento e as singularidades de sua rede e de seus(suas) estudantes, o(a) professor(a) pode consultar os materiais abaixo indicados.

- “Dimensões e Desenvolvimento das Competências Gerais da BNCC”, parceria do Movimento pela Base com a organização *Center for Curriculum Redesign*: publicação sobre cada competência da BNCC, indicando suas subdimensões e a progressão para cada etapa escolar. Disponível no [LINK](#).
- “BNCC comentada para o ensino médio”, do Instituto Reúna: publicação sobre conhecimentos específicos e habilidades de cada área de conhecimento. Disponível no [LINK](#).

PARA ACESSAR O CONTEÚDO
INDICADO NO TEXTO, BASTA
CLICAR NA PALAVRA LINK OU
USAR O QR- CODE COM A CÂMERA
DO SEU CELULAR



Como você, professor(a), pode se movimentar nessa trilha?

A parte flexível dos currículos contempla Itinerários de aprofundamento e componentes eletivos. Conforme a BNCC, até 20% da carga horária da parte flexível pode ser trabalhada na modalidade à distância e o Pense Grande Digital se apresenta como um parceiro para que a escola amplie as possibilidades de escolha a seus(suas) estudantes.

No ambiente da formação, o programa apresenta uma trilha de aprendizagem repleta de materiais de estudo e atividades para desenvolver a atitude empreendedora nos(as) jovens

e lhes apresentar possibilidades de empreender de forma a transformar as suas realidades. A trilha pedagógica que aqui propomos ao(à) professor(a) do Ensino Médio foi pensada para articular a vivência digital dos(as) estudantes com as aulas presenciais, explorando características do Ensino Híbrido.

O(a) professor(a) pode se sentir à vontade para transformar essa trilha pedagógica, pois ela é flexível em seus tempos e dinâmicas. Cada aula foi pensada para a duração média de 100 minutos, podendo ser dividida em tempos menores ou mesmo ter sua carga horária ampliada. Os catorze planos de aula deste volume devem ser vistos, pelo(a) educador(a), como inspirações!

A gestão das aulas foram elaboradas em alguns momentos-chave: Estimular, Conversa em volta da fogueira, Mão na massa e Pé na trilha. Esses momentos podem existir em diferentes ordenamentos em uma aula, conforme suas intencionalidades pedagógicas.



ENTENDA AS INTENCIONALIDADES PEDAGÓGICAS POR TRÁS DOS PRINCIPAIS MOMENTOS DA AULA

- ➔ **Estimular:** momento da aula para estimular a curiosidade dos(as) estudante e/ou sensibilizá-los(as) a respeito de alguma temática ou experiência. Geralmente acontece no início da aula, mas não precisa ser sempre assim.
- ➔ **Conversa em volta da fogueira:** momento da aula destinado a debates, rodas de conversa e reflexões coletivas.
- ➔ **Mão na massa:** momento da aula em que uma atividade prática é proposta aos(às) estudantes.
- ➔ **Pé na trilha:** momento da aula em que o(a) professor(a) estabelece combinados com a turma e orienta os(as) estudantes sobre as fases da formação a serem trilhadas no ambiente digital fora do horário da aula presencial. Geralmente acontece no final da aula.

O que marca a experiência no Módulo Meu Negócio Social do Pense Grande Digital?

O Módulo Meu Negócio Social da formação Pense Grande Digital possui quatro fases. Neste módulo, os(as) estudantes destacam um dos problemas mapeados em sua comunidade, alçando-o à condição de desafio. A partir daí, a jornada se concentra na elaboração de uma solução possível para o desafio, a qual culmina em um projeto empreendedor de impacto social.

Por isso mesmo, a trilha pedagógica sugerida para você, professor(a), pode ser trabalhada na perspectiva da aprendizagem baseada em projetos. A aprendizagem baseada em projetos é uma metodologia ativa que tem como ponto de partida a elaboração de uma questão desafiadora. Ao longo do processo, os(as) estudantes precisam articular conhecimentos de distintas áreas e habilidades múltiplas para buscar uma solução interessante para o desafio. A articulação dos conhecimentos curriculares com o mundo e a vida cotidiana é uma outra marca da aprendizagem baseada em projetos.

Sendo assim, a trilha pedagógica desse módulo pode ser transformada em um grande projeto na escola, envolvendo docentes de várias áreas de conhecimento em uma construção comum. Vale ainda dizer que esse módulo pode ser vivenciado em continuidade ao Módulo Ser Empreendedor(a), mas também de forma independente.

Binóculo: para avistar mais longe

Para saber mais sobre Aprendizagem Baseada em Projetos, indicamos dois livros que são referência no assunto:

- BENDER, Willian N. *Aprendizagem baseada em projetos: educação diferenciada para o século XXI*. Porto Alegre: Penso, 2015.
- BUCK INSTITUTE FOR EDUCATION. *Aprendizagem baseada em projetos: guia para professores de ensino fundamental e médio*. Porto Alegre: Artmed, 2008.

Vale também fazer uma navegação explorando um material bem mão na massa para o(a) professor(a), elaborado pelo site Porvir: [LINK](#).

PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO
TEXTO, BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK.



MAPA DA TRILHA

FASE CORRESPONDENTE NO AMBIENTE ON-LINE	AULA	OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA AULA	COMPETÊNCIAS GERAIS DA BNCC EM DESTAQUE
FASE 1 — CRIANDO A SOLUÇÃO	AULA 1 O EU E O OUTRO	Estimular a curiosidade e o interesse dos(as) estudantes ao iniciar a jornada do Módulo Meu Negócio Social do Pense Grande Digital. Relacionar propósitos pessoais às questões coletivas que emergem no mundo.	07 – Argumentação; 08 – Autoconhecimento e autocuidado; 09 – Empatia e Cooperação.
	AULA 2 ESCUTA ATIVA	Planejar uma visita exploratória, exercitando a empatia, habilidades interpessoais e escolhas estratégicas para alcançar objetivos.	01 – Conhecimento; 04 – Comunicação; 09 – Empatia e Colaboração; 10 – Responsabilidade e Cidadania.
	AULA 3 DESCOBERTAS NA COMUNIDADE	Analisar informações coletadas na pesquisa exploratória e mapear iniciativas significativas na comunidade ou no segmento temático selecionado pelo time, mobilizando conhecimentos para iniciar a sistematização de um projeto empreendedor.	02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 07 – Argumentação.
	AULA 4 CÍRCULO DOURADO: PROPÓSITO E INOVAÇÃO	Exercitar o uso da ferramenta Círculo Dourado como apoio na construção de um empreendimento, aprimorando o seu projeto no que diz respeito aos propósitos, valores e diferenciais de seus produtos ou serviços.	02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 05 – Cultura Digital; 06 – Trabalho e projeto de vida; 07 – Argumentação.
FASE 2 — PENSANDO EM REDE	AULA 5 ARTICULANDO PARCERIAS	Identificar a(s) área(s) em que cada um pode contribuir em seus projetos, valorizando as habilidades, conhecimentos e potencialidades dos(as) estudantes de um time. Articular parcerias com foco na soma de qualidades para aprimorar o serviço/produto que será ofertado ao público.	01 – Conhecimento; 02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 06 – Trabalho e projeto de vida; 09 – Empatia e Cooperação; 10 – Responsabilidade e Cidadania.
	AULA 6 PESQUISA DE MERCADO	Aprimorar o trabalho em equipe e o desenvolvimento de ideias. Explorar o conceito de mercado e a importância de tomar decisões conscientes.	01 – Conhecimento; 02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 06 – Trabalho e projeto de vida; 10 – Responsabilidade e Cidadania.

FASE CORRESPONDENTE NO AMBIENTE ON-LINE	AULA	OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA AULA	COMPETÊNCIAS GERAIS DA BNCC EM DESTAQUE
FASE 3 — 1, 2, 3, TESTANDO	AULA 7 O QUE A SUA MARCA PRECISA TRADUZIR?	Identificar as forças, as oportunidades, as fraquezas e as ameaças dos empreendimentos em elaboração. Definir boas estratégias de <i>branding</i> para potencializar seus projetos.	01 – Conhecimento; 02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 04 – Comunicação; 07 – Argumentação.
	AULA 8 SE LIGA NO VISUAL	Entender o processo de criação da identidade visual de uma marca e sua importância. Experimentar composições verbo-visuais que comuniquem os valores da marca dos empreendimentos.	02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 04 – Comunicação; 05 – Cultura Digital; 07 – Argumentação.
	AULA 9 PRESENÇA DIGITAL E MVP	Reconhecer as redes sociais na <i>internet</i> e as possibilidades de presença digital mais significativas para a marca. Iniciar a construção de um Mínimo Produto Viável (MVP).	02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 04 – Comunicação; 05 – Cultura Digital; 07 – Argumentação.
FASE 4 — ESCALADA FINAL	AULA 10 RUMO AO TOPO	Elaborar o planejamento de um negócio social, utilizando a ferramenta <i>Canvas</i> . Exercitar a atitude empreendedora fomentando a capacidade de tomada de decisões para a solução de problemas.	01 – Conhecimento; 02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 06 – Trabalho e Projeto de Vida; 07 – Argumentação; 10 – Responsabilidade e Cidadania.
	AULA 11 SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA	Projetar a sustentabilidade financeira do empreendimento social idealizado.	01 – Conhecimento; 02 – Pensamento científico, crítico e criativo; 06 – Trabalho e Projeto de Vida; 07 – Argumentação; 09 – Empatia e Colaboração; 10 – Responsabilidade e Cidadania.

OBSERVAÇÃO

Este documento é um pdf interativo. Você pode clicar no nome da FASE ou nome da aula para ser levado(a) direto à página escolhida. Para voltar ao sumário, basta clicar na palavra sumário no rodapé.

FASE 1

CRIANDO A SOLUÇÃO

AULA 1

O eu e o outro

AULA 2

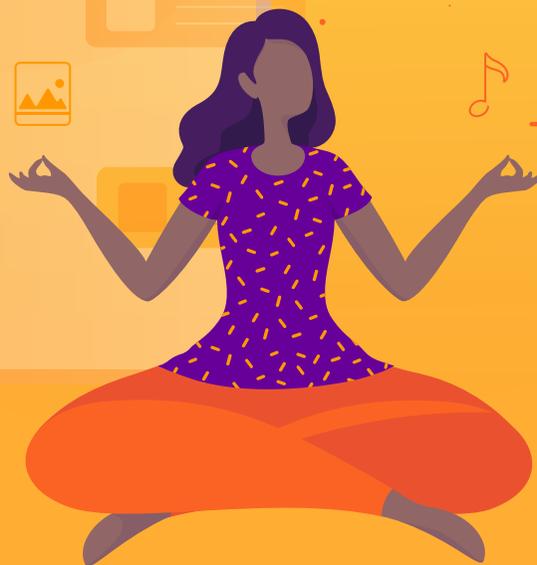
Escuta Ativa

AULA 3

Descobertas na comunidade

AULA 4

Círculo Dourado:
propósito e inovação



AULA 1

O EU E O OUTRO



BÚSSOLA

Professor(a), neste momento, você está iniciando o Módulo Meu Negócio Social do Pense Grande Digital com sua turma. Como já dissemos na apresentação deste volume, esse módulo pode ser pensado como continuidade do Módulo Ser Empreendedor(a) ou pode ser realizado de forma independente. Então, para que ninguém se perca na jornada, considere os distintos cenários de apropriação desta sequência didática e posicione corretamente a sua bússola!

- **CENÁRIO 1: os(as) estudantes de sua turma realizaram o Módulo Ser Empreendedor(a) do Pense Grande Digital.** Se este for o caso, você pode transformar esta primeira aula, pois ela recupera alguns elementos dos encontros do Módulo Ser Empreendedor(a), considerados fundamentais para quem estiver iniciando a jornada pelo Módulo Meu Negócio Social.
- **CENÁRIO 2: os(as) estudantes de sua turma estão iniciando o Pense Grande Digital pelo Módulo Meu Negócio Social (ou seja, eles(as) não realizaram o Módulo Ser Empreendedor(a)).** Se for este o caso, você precisará inserir, em seu plano de trabalho, as aulas 1 e 2 sugeridas para a Fase Introdutória no caderno de sequências didáticas do Módulo Ser Empreendedor(a).

A Fase Introdutória da jornada também será percorrida pela turma no ambiente digital. [LINK](#).

- **CENÁRIO 3: sua turma reúne estudantes que já percorreram as trilhas do Módulo Ser Empreendedor(a) com estudantes que estão começando agora pelo Módulo Meu Negócio Social.** Sendo este o caso, incorpore, em seu plano de trabalho, as aulas 1 e 2 sugeridas para a Fase Introdutória no caderno de sequências didáticas do *Módulo Ser Empreendedor(a)* e convide os(as) jovens já iniciados(as) na expedição para serem monitores(as) nas aulas iniciais. Assim, você estimula a colaboração entre colegas e amplia a atitude protagonista dos(as) estudantes.

➔ **Duração**

100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.

➔ **Materiais necessários**

Celulares, computadores ou *tablets* com acesso à *internet* para navegação no ambiente do Pense Grande Digital durante a aula, canetas coloridas e caderno pequeno (o caderno pequeno pode ser substituído por folhas de ofício, tesoura e linhas, agulha ou grampeador para confecção de diários de bordo artesanais).

➔ **Competência geral da BNCC em destaque**

7 – Argumentação; 8 – Autoconhecimento e autocuidado; 9 – Empatia e Cooperação.

➔ **Objetivo(s) de aprendizagem**

Estimular a curiosidade e o interesse dos(as) estudantes ao iniciar a jornada do Módulo Meu Negócio Social do Pense Grande Digital. Relacionar propósitos pessoais às questões coletivas que emergem no mundo.

➔ Evidências de aprendizagem

Os(as) estudantes perceberam que o autoconhecimento é importante tanto para a vida pessoal quanto profissional. Os(As) estudantes concluíram a produção do IKIGAI no ambiente da formação. Essa ferramenta contribuiu para o entendimento dos propósitos de cada um.



GESTÃO DA AULA

Este plano de aula foi elaborado em quatro momentos: Estimular, Conversa em volta da fogueira, Mão na massa e Pé na trilha. É apenas uma sugestão para apoiá-lo(a) na gestão criativa de sua aula. Fique à vontade para dimensionar os tempos, inserir suas próprias referências e experiências e transformar esta aula. Só assim ela fará mais sentido para você, para os seus(suas) estudantes e para a sua escola.

➔ Estimular

1. Apresente o programa “Pense Grande Digital” à turma, realizando uma visita guiada ao ambiente digital, estimulando a curiosidade e a participação ativa dos(as) estudantes.

Estamos retomando a aula 1, do Módulo Ser Empreendedor(a), para apresentar a proposta aos(às) estudantes que estão chegando, por meio do Módulo Meu Negócio Social, para a expedição Pense Grande Digital. O(A) professor(a) é o(a) guia que irá apoiar o grupo de jovens desbravadores(as)

nesta jornada. Mas, afinal, para onde estamos indo? Qual é o propósito que conecta os(as) nossos(as) expedicionários(as)?

Durante uma expedição, ainda que cada aventureiro(a) possua seus objetivos pessoais, há algo que os(as) conecta na jornada. Chegar ao destino final traçado é uma meta importante para todos(as), mas o bom desbravador(a) está consciente de que a riqueza maior se encontra no caminho: nos desafios e na possibilidade de elaborar, de forma colaborativa, soluções possíveis para vencê-los. E mais: aprendendo com isso! Isso significa que todo bom expedicionário e toda boa expedicionária valoriza os percursos, aproveita as trocas e encontros oportunizados no caminho. Chegar ao destino é uma consequência das escolhas durante a jornada.

Ao longo da jornada Pense Grande Digital, a ideia é que os(as) estudantes trabalhem competências e habilidades pertinentes à atitude empreendedora, sendo capazes de relacionar os saberes com as necessidades locais. A jornada fortalece o empreendedorismo de impacto social, que tem a potência de transformar a vida tanto dos(as) jovens empreendedores(as) quanto das comunidades locais.

O trabalho com Aprendizagem Baseada em Projetos reforça a ideia do aprender como atividade social e possibilita a participação ativa dos(as) estudantes, qualificando um processo rico em engajamento e protagonismo. Sendo assim, a partir dessa aula, nossos(as) desbravadores(as) trabalharão em times e problematizarão a realidade desenvolvendo um estudo coletivo, exercitando competências e habilidades contemporâneas fundamentais.

+ Binóculo: para avistar mais longe

Para saber mais sobre Metodologias Ativas e Aprendizagem Baseada em Projetos, acesse: [LINK](#).

→ Conversa em volta da fogueira

2. Promova um mapeamento dos interesses dos(as) estudantes da turma.

Para isso, prepare um mural com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização da Nações Unidas (ONU).

Cada estudante deve escrever o seu nome em até três objetivos que considera dialogar com seus propósitos particulares.

DICA!

Para explorar os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, acesse: [LINK](#)

3. A partir desse mural coletivo, estimule a formação de times de trabalho na turma. É o momento de os(as) estudantes pensarem nos propósitos que os(as) conectam.
4. Reserve um tempo para os(as) estudantes de cada time conversarem e dialogarem sobre os seus propósitos comuns.
5. Após essa conversa, pactue os times de trabalho com a turma. Pode ser que durante a conversa, haja trocas de integrantes entre times.

6. Faça combinados com a turma.

É importante que os(as) estudantes compreendam a articulação entre a jornada no ambiente do Pense Grande Digital e as aulas presenciais (ou remotas síncronas). Conhecendo os combinados, todos(as) caminharão juntos(as).

Nesse sentido, as tarefas de casa consistem em avançar na trilha do Pense Grande Digital, conforme a rota fornecida pelo(a) professor(a). Já os encontros presenciais (ou remotos síncronos) da turma serão dedicados ao aprofundamento dos conhecimentos vivenciados na trilha digital, ampliando a experiência educativa e fortalecendo o diálogo com a realidade do(a) estudante e da escola.

DICA!

Para registrar essa travessia, crie, com os(as) estudantes, um Diário de Bordo, utilizando um caderno pequeno ou folhas de papel ofício e canetas coloridas. É interessante que o(a) professor(a) confeccione o seu próprio diário junto com a turma, para motivar e criar vínculos.

Explique que esse diário será utilizado para a anotação de ideias poderosas que surgirem durante a trilha e será explorado até o final da jornada.

Incentive os(as) alunos a explorarem a criatividade, personalizando seus diários de acordo com seus gostos e expectativas em relação à jornada.

➔ Mão na massa

7. Chegou a hora de olharmos atentamente para as nossas comunidades, identificando situações-problema que podem ser solucionadas por meio da nossa atitude empreendedora. Para isso, os times devem se reunir e conversar sobre os desafios de suas comunidades.
8. Oriente os(as) alunos a escolherem a comunidade que pretendem apoiar com seu projeto. Lembre-os(as) que temos vários tipos de comunidade. Apoie-se no conteúdo apresentado no ambiente do Pense Grande Digital para entender melhor sobre o assunto e guiar esses passos.
9. Peça que os(as) desbravadores(as) analisem as singularidades dessa comunidade e definam o desafio a ser superado.
10. Utilize o Mapa da Empatia para possibilitar uma melhor compreensão sobre a comunidade estudada, analisando suas demandas, desejos e dificuldades. Para aprofundar-se no assunto, assista, com os(as) alunos(as), ao vídeo disponível no ambiente do Pense Grande Digital. [LINK](#).

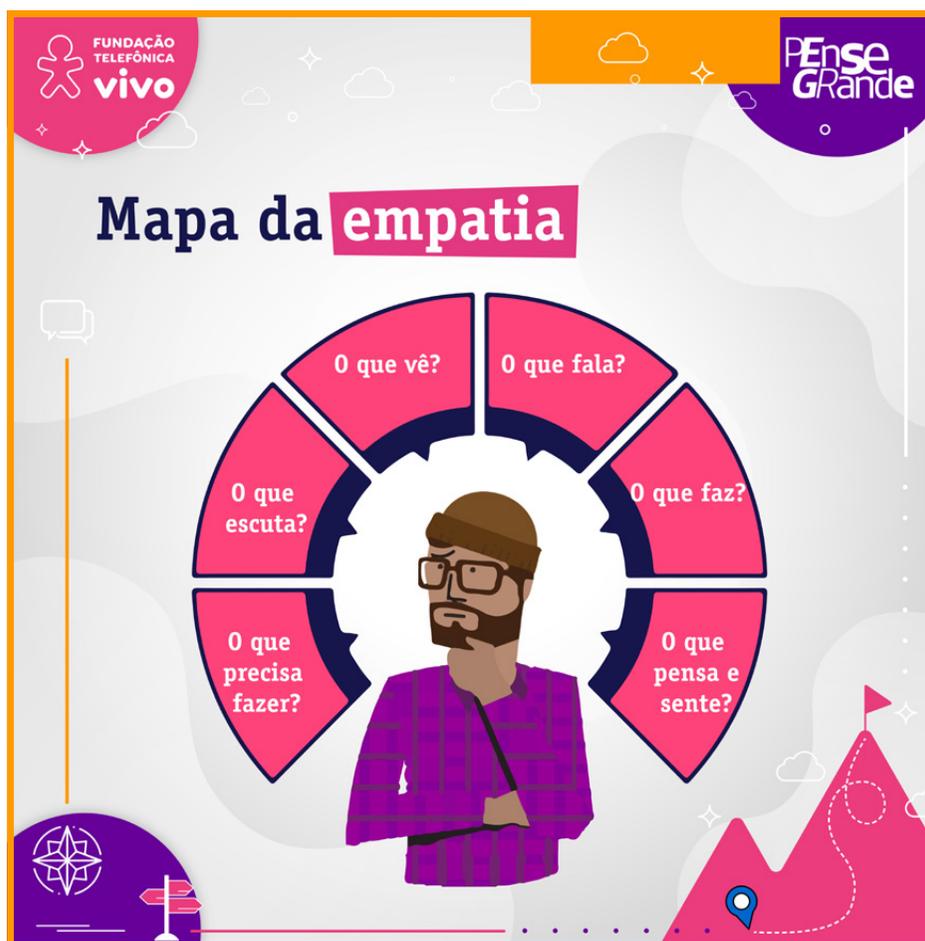
Incorpore o formato híbrido a esta aula, convidando a turma a realizar o percurso de construção do Mapa da Empatia, disponível no ambiente digital.

PARA ACESSAR O CONTEÚDO
INDICADO NO TEXTO, BASTA
CLICAR NA PALAVRA LINK OU
USAR O QR-CODE COM A CÂMERA
DO SEU CELULAR



➔ O que é o Mapa da Empatia?

É uma ferramenta do Design Thinking que possibilita detalhar a personalidade do(a) cliente, promover experiências positivas e melhorar o seu serviço ou produto. Veja um exemplo:



 **Pé na trilha!**

11. Oriente os(as) estudantes que os mapas da empatia deverão estar prontos para serem utilizados no próximo encontro e aqueles(as) que não conseguirem finalizar seus mapas em sala deverão continuar o estudo e concluir a tarefa.

 **EM DIÁLOGO COM O NOVO ENSINO MÉDIO**

A aula explora a utilização de metodologias ativas que promovem o protagonismo e a participação ativa dos(as) estudantes. Os(As) alunos(as) são estimulados a relacionar seus propósitos pessoais às questões coletivas que emergem de seus pares e do mundo. O trabalho por times favorece a construção de diálogos importantes para o aprimoramento dos projetos.



AULA 2

ESCUA ATIVA



BÚSSOLA

Esta aula considera que os(as) estudantes concluíram as Etapas 1 e 2 da Fase 1, do Módulo Meu Negócio Social.

Além disso, nesta aula, recuperaremos alguns aspectos tratados na Fase 4 do Módulo Ser Empreendedor(a), que dizem respeito à visita exploratória da comunidade, considerando que sua turma não realizou esse processo anteriormente. Em função do histórico de seus(suas) estudantes no Pense Grande Digital, você, professor(a), deve avaliar se algo precisa ser alterado em relação à sequência que sugeriremos a seguir.



Duração

100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.



Materiais necessários

Diários de Bordo, canetas, lápis, borracha. Se possível, celulares, computadores ou *tablets* com acesso à *internet* para navegação no ambiente do Pense Grande Digital durante a aula. Projetor, caixas de som e conexão à *internet* para exibição de vídeo.



Competência geral da BNCC em destaque

1 – Conhecimento; 4 – Comunicação; 9 – Empatia e Colaboração; 10 – Responsabilidade e Cidadania.

- ➔ **Objetivo(s) de aprendizagem:** Planejar uma visita exploratória, exercitando a empatia, habilidades interpessoais e escolhas estratégicas para alcançar objetivos.
- ➔ **Evidências de aprendizagem:** Os(As) estudantes elaboraram o planejamento detalhado da ida a campo, demonstrando consonância com o Mapa da Empatia construído sobre a comunidade.



GESTÃO DA AULA

Chegou a hora de validarmos os mapas da empatia que foram construídos e, para isso, vamos preparar uma visita exploratória à comunidade escolhida pelo time de trabalho. Um bom planejamento é essencial para que a visita seja de sucesso e consiga atingir seus objetivos. Para uma ida a campo, precisamos considerar três ações importantes: preparar, realizar e avaliar. Nesta aula, a atividade Mão na massa será dedicada à preparação da ida à comunidade.

➔ Mão na massa

Professor(a), é importante que você faça um levantamento sobre as comunidades que serão visitadas para evitar imprevistos, pesquisando melhores horários e formatos para essa ida a campo, e definindo claramente as habilidades que serão desenvolvidas.

1. Acesse o ambiente do Pense Grande Digital e solicite que os times construam o roteiro para as entrevistas, que serão realizadas durante as visitas, seguindo os passos apresentados no ambiente digital.

2. Para o planejamento da entrevista, é importante apresentar, aos(às) expedicionários(as), a ideia de escuta ativa.

+ Binóculo: para avistar mais longe

Para estimular a discussão sobre escuta ativa, apresente o vídeo “Como aprender a escutar o outro?”, do psicanalista Christian Dunker, disponível no [LINK](#).

3. Com os Mapas da Empatia em mãos, os(as) jovens empreendedores(as) planejarão uma visita à comunidade, pensando na melhor estratégia para a sua execução. É importante que os(as) alunos(as) consigam estabelecer diálogos entre as descobertas durante a visita e os Mapas da Empatia (iniciados na aula anterior e finalizados como tarefa de casa). Por isso, os objetivos da expedição devem ser bem definidos.
4. Definem data e horário e como será realizada essa visita: presencial ou *on-line*?
5. Os(As) estudantes devem pensar em ferramentas para registro da expedição, criando alternativas para possíveis imprevistos. É importante documentar todo o trabalho, para que, depois, seja possível realizar uma avaliação dos resultados obtidos. Defina, com a turma, quais serão as formas de documentação da ida a campo: fotos, vídeos, gravação de áudio pelo celular, anotações nos Diários de Bordo. Oriente os times a dividirem as funções entre os integrantes do grupo.

O ambiente do Pense Grande Digital traz uma rota de ações que facilitam o desenvolvimento deste trabalho. Sugerimos que você, professor(a), utilize esse material em suas aulas para enriquecer ainda mais essa experiência. O passo a passo para a ida a campo e a estruturação das entrevistas com pessoas da comunidade está na Etapa 4 (“Entendendo seu público”), Fase 1, Módulo Meu Negócio Social.

Caso não haja possibilidade de trabalhar *on-line* com a turma, crie um *planner* com os(as) estudantes, inspirado no percurso do ambiente do Pense Grande Digital.

Pé na trilha

6. Chegou o momento de ir a campo! Oriente os(as) estudantes sobre a saída a campo, incentivando o protagonismo e o desenvolvimento da autonomia.

Lembre-os(as) da importância da documentação desse momento para a socialização no próximo encontro. No ambiente digital, há espaços para postagem dos registros da Etapa 4 (“Entendendo seu público”), Fase 1, Módulo Meu Negócio Social.

Estimule os times a pensarem em uma forma interessante de socialização de suas descobertas no próximo encontro.



AULA 3

DESCOBERTAS NA COMUNIDADE



BÚSSOLA

Nesta aula, faremos um mapeamento de iniciativas com soluções inovadoras por meio do material coletado durante as visitas exploratórias. Além disso, os times irão iniciar a sistematização de seus projetos.

A aula retoma tarefas da Etapa 3 da Fase 1 e contextualiza, para a turma, a Etapa 4, explorando algumas de suas atividades.



Duração

100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.



Materiais necessários

Projetor, caixas de som e conexão à *internet* para exibição de vídeo ou outra documentação da visita exploratória; Diários de Bordo; celulares, computadores ou *tablets* com acesso à *internet* para navegação no ambiente do Pense Grande Digital durante a aula.



Competência geral da BNCC em destaque

2 – Pensamento científico, crítico e criativo; 7 – Argumentação.



Objetivo(s) de aprendizagem

Analisar informações coletadas na pesquisa exploratória e mapear iniciativas significativas na comunidade ou no segmento temático selecionado pelo time, mobilizando conhecimentos para iniciar a sistematização de um projeto empreendedor.

➔ Evidências de aprendizagem

Os(As) estudantes desenvolveram o olhar analítico sobre o território e praticaram o trabalho coletivo, pactuando caminhos para o seu projeto empreendedor.



GESTÃO DA AULA

Neste encontro, iniciaremos com uma Conversa em volta da fogueira. Logo após, colocaremos a Mão na massa e Pé na trilha rumo ao topo!

➔ Conversa em volta da fogueira

1. Reúna os(as) estudantes para refletirem sobre as vivências da visita exploratória.

Os times deverão apresentar suas impressões sobre a ida a campo por meio das documentações realizadas sobre a visita exploratória. A partilha das experiências individuais pode ajudar na compreensão da investigação realizada durante essa prática.

Professor(a), incentive os(as) estudantes a utilizarem diferentes linguagens durante essa troca de experiências. Brinque com a organização espacial da sua sala de aula, pensando em estratégias diferentes de organização dos(as) alunos(as) para esse momento.

- Além de socializar as principais descobertas propiciadas pelo trabalho de campo, a conversa deve avançar para uma análise das informações coletadas. Para auxiliar os(as) estudantes nesse exercício de reflexão sobre as entrevistas, apoie-se no roteiro indicado no ambiente do Pense Grande Digital.

The screenshot shows a mobile application interface with a pink background. At the top, there are logos for 'FUNDAÇÃO TELEFÔNICA vivo' and 'Pense Grande', along with icons for a group of 47 and a location of 1.165. The main content area is titled '7º passo: Reflita sobre as entrevistas'. Below this title are four input fields, each with a dropdown arrow: 'O que falaram pra você?', 'O que você descobriu?', 'Quais problemas identificou?', and 'O desafio que identificou inicialmente é real?'. A 'Continuar' button is positioned below the fields. At the bottom right, there is a circular icon with a question mark. A progress indicator at the bottom shows 'Parte 7/8'.

➔ Mão na massa

- Convide os times para uma conversa interna. Estimule os(as) desbravadores(as) a pensarem sobre “quem já faz acontecer” nas comunidades, revisitando os registros da ida a campo.

Para guiá-los(as) nessa reflexão, utilize algumas perguntas:

- Qual será o objetivo do seu projeto?
- Quais serão os principais desafios para implementá-lo?
- Quais trabalhos legais são desenvolvidos na área de atuação de seu interesse? (Você pode sugerir uma pesquisa na *internet* para ampliação de repertório.)
- Qual é o diferencial dessa ação?
- O diferencial está ligado ao propósito?
- Qual bagagem você inseriu em sua mochila após ter contato com as iniciativas inspiradoras?

Ao longo da conversa, os(as) estudantes podem explorar, durante a própria aula, o percurso da Etapa 4 no ambiente do Pense Grande Digital para enriquecer esse momento.

DICA!

Enquanto os times estiverem trabalhando, você, professor(a), pode circular entre os grupos para orientar os(as) estudantes na sistematização das ideias de seus projetos.

➔ **Pé na trilha!**

Oriente os(as) estudantes sobre os próximos passos no ambiente do Pense Grande Digital. Antes do próximo encontro, é importante que eles(as) finalizem as Etapas 3 e 4 da Fase 1.

EM DIÁLOGO COM O NOVO ENSINO MÉDIO

A ida a campo materializa a comunidade como um espaço educativo, um espaço rico em conhecimentos, experiências e oportunidades de aprendizados. O contato com a comunidade permite, aos(as) estudantes, exercitar habilidades essenciais para a prática empreendedora. Além disso, construir a noção de que planejar interfere diretamente nos resultados do projeto é essencial para que os(as) alunos entendam e se apropriem desse processo.



AULA 4

CÍRCULO DOURADO: PROPÓSITO E INOVAÇÃO



BÚSSOLA

A aula propõe um gerador de ideias por meio de um *Brainstorming* Inspirador, que irá auxiliar na construção do Círculo Dourado, uma ferramenta importante para esclarecer propósitos e vislumbrar impactos.

Para este momento, considera-se que a turma concluiu a Etapa 4, estando pronta para iniciar, com a mediação do(a) professor(a), a Etapa 5 – “Como ter ideias?” e a Etapa 6 – “O que é tecnologia”?



Duração

100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.



Materiais necessários

canetas, papel *craft*, *post-it* ou lousa; Diários de Bordo; Círculo Dourado impresso.



Competência geral da BNCC em destaque

2 – Pensamento científico, crítico e criativo; 5 – Cultura Digital; 6 – Trabalho e projeto de vida; 7 – Argumentação.



Objetivo(s) de aprendizagem

Exercitar o uso da ferramenta Círculo Dourado como apoio na construção de um empreendimento, aprimorando o projeto no que diz respeito aos propósitos, valores e diferenciais de seus produtos ou serviços. Sistematizar distintos modos de uso da tecnologia para a solução inovadora de desafios.

➔ **Evidências de aprendizagem**

Os(As) estudantes desenvolveram um olhar sistêmico sobre os desafios que serão enfrentados e praticaram o trabalho coletivo, agregando valores ao projeto durante a criação do Círculo Dourado. Eles(as) também foram capazes de relacionar as contribuições que distintas ferramentas tecnológicas podem oferecer para a resolução de desafios.



GESTÃO DA AULA

Este encontro foi organizado em quatro momentos pedagógicos: Estimular, Conversa em volta da fogueira, Mão na massa e Pé na trilha!

➔ **Estimular**

4. Crie, com os(as) estudantes, uma linha do tempo da evolução tecnológica de um determinado produto, incentivando-os(as) a pensar sobre como cada passo rumo ao aprimoramento do produto/serviço foi importante para chegar no produto/serviço hoje. Dê exemplos atuais de serviços/ produtos que são utilizados pelos(as) jovens.

Professor(a), é importante deixar claro, para os(as) jovens empreendedores(as), o conceito de tecnologia, que é usar técnicas e conhecimentos para aprimorar determinado produto/objeto. Para isso, é importante trabalhar de forma híbrida, utilizando o material disponível no ambiente do Pense Grande Digital.

Na Etapa 6 do ambiente digital, há exemplos inspiradores. Convide a turma a refletir sobre a geração de ideias poderosas para resolver e criar soluções para os desafios.

5. Convide a turma a refletir sobre a geração de ideias poderosas para resolver e criar soluções para os desafios.

Nesse momento, realize, com os times, um *brainstorming* inspirador, identificando possíveis “remixagens”, ou seja, como um determinado uso de tecnologia pode ser pensado para solucionar os desafios enfrentados por eles(as) em seus projetos?

Para isso, crie uma árvore de ideias começando pelas raízes (identificadas pelos primeiros passos), seguindo para o tronco (estrutura que será necessária para sustentar o projeto), passando para os galhos (possíveis frutos que serão colhidos). Utilize papel *craft* e tarjetas adesivas de tipo *post it* para a construção dessa árvore de ideias.

DICA!

Chame a atenção dos(as) jovens para o material sobre *Design Thinking*, disponível no ambiente do Pense Grande Digital. É importante os(as) estudantes conhecerem o processo do *Design Thinking* e suas etapas. Trata-se de uma ferramenta importante para alimentar percursos criativos ágeis, explorando todo o potencial de colaboração que existe em um time.



→ Conversa em volta da fogueira

6. Realize uma roda de conversa sobre tecnologia digital e como suas ferramentas potencializam o trabalho nas empresas, captando clientes e melhorando a oferta dos serviços. Questione e inspire os(as) jovens empreendedores(as) a pensarem sobre como as redes sociais podem ser utilizadas em seus projetos. Solicite que os(as) estudantes façam anotações dos *insights* nos Diários de Bordo.

Professor(a), reflita com os(as) estudantes sobre como os ambientes digitais têm sido grandes aliados para fazer negócios e como várias adaptações foram criadas para gerar novos empreendimentos durante a pandemia.

→ Mão na massa

7. Apresente, aos(às) jovens, o Círculo Dourado (*Golden Circle*), uma ferramenta que ajuda líderes e empresas a encontrarem seu propósito e a gerarem impacto. O seu criador, Simon Sinek, é especialista em inovação e descobriu que grandes líderes mundiais respondem a seguinte pergunta em seus projetos: “Por que fazemos o que estamos fazendo?”

DICA!

Realize um cine debate exibindo o vídeo da palestra “Como grandes líderes inspiram ações”, realizada por Sinek no TEDx no [LINK](#).

8. Os(As) estudantes irão experimentar a ferramenta do Círculo Dourado como auxílio à sua jornada empreendedora. É interessante que o professor(a) imprima, para cada time, uma folha com o Círculo Dourado, para que todos(as) possam preenchê-lo.



9. Oriente os(as) estudantes durante o preenchimento do Círculo Dourado, seguindo as orientações presentes no ambiente do Pense Grande Digital. Cada pergunta é um momento importante de reflexão para que os(as) alunos(as) consigam oferecer um diferencial com seus projetos, em relação à concorrência.

Enfatize a importância de preencher o círculo de dentro para fora, iniciando pelo POR QUE. Solicite que os(as) alunos(as) comecem respondendo à pergunta feita por Simon Sinek: “Por que fazemos o que estamos fazendo?”.

10. Investigue cada tópico do círculo estimulando a reflexão dos(as) estudantes:

- Por que você deseja desenvolver esse projeto?
- Qual é a causa principal?
- Por que empreender nessa área?

Ter isso bem definido irá diferenciar o seu projeto dos outros.

- COMO é desenvolvida a sua proposta?
- Quais ações podem contribuir para a solução do seu desafio?

Observe os valores que você preza e como seu projeto pode se destacar ao utilizá-los.

- O QUE é o seu serviço, quais são as funcionalidades?

Pense na solução que seu desafio apresenta como produto ou serviço.

11. Solicite que, ao finalizar a atividade, os(as) expedicionários(as) analisem se preencheram adequadamente a ferramenta e se o propósito realmente faz sentido para o time. Caso necessitem modificar algo, a hora é essa!

 **Pé na trilha!**

Peça que os(as) estudantes realizem a atividade de conclusão da Fase 1 e anotem, em seus Diários de Bordo, as bagagens adquiridas nesta primeira fase do Módulo Meu Negócio Social.

 **EM DIÁLOGO COM O NOVO ENSINO MÉDIO**

Esta aula exige uma postura ativa dos(as) estudantes frente aos desafios, estimulando a reflexão e o raciocínio estratégico. A atitude empreendedora é aprimorada ao realizar a atividade do Círculo Dourado, possibilitando que os(as) jovens sigam para a próxima fase mais conscientes de seus objetivos.



FASE 2

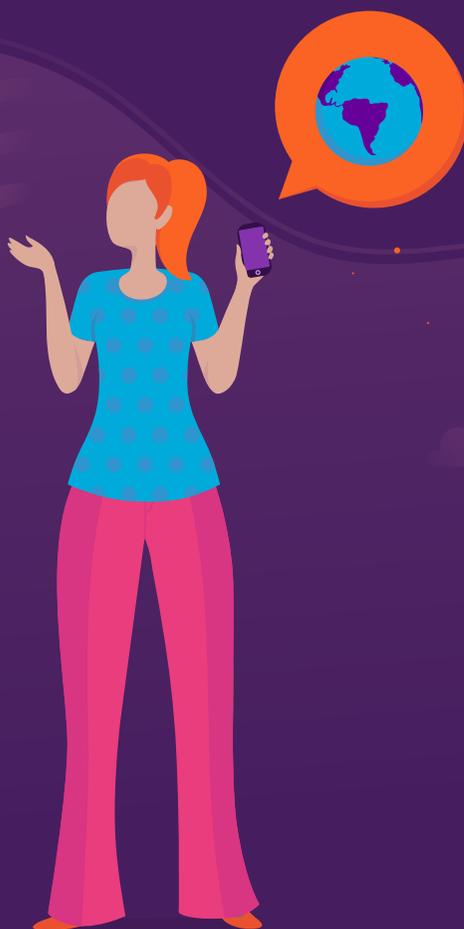
PENSANDO EM REDE

AULA 5

Articulando Parcerias

AULA 6

Pesquisa de mercado



AULA 5

ARTICULANDO PARCERIAS



BÚSSOLA

Professor(a), nesta aula, os(as) estudantes já estarão familiarizados com o ambiente do Pense Grande Digital e mais envolvidos no projeto.

Para o momento presencial, vamos explorar a Etapa 2, “Área de especialidade”, da Fase 2.

Vamos também indicar algumas concepções que você pode recuperar das etapas já percorridas pelos(as) estudantes.



Duração:

100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.



Materiais necessários:

Círculo Dourado preenchido, Diário de Bordo, canetas coloridas, celulares, computadores ou *tablets* com acesso à *internet* para navegação no ambiente do Pense Grande Digital durante a aula.



Competências gerais da BNCC em destaque:

1 – Conhecimento; 2 – Pensamento Científico, Crítico e Criativo; 6 – Trabalho e projeto de vida; 9 – Empatia e Cooperação; 10 – Responsabilidade e Cidadania.



Objetivo(s) de aprendizagem:

Identificar a(s) área(s) em que cada um pode contribuir em seus projetos, valorizando as habilidades, conhecimentos e

potencialidades dos(as) estudantes de um time. Articular parcerias com foco na soma de qualidades para aprimorar o serviço/produto que será ofertado ao público.



Evidências de aprendizagem:

Os(As) estudantes definiram sua(s) área(s) de atuação no empreendimento e conseguiram pensar em estratégias para mobilizar parcerias que irão ajudá-los(as) a vencer os desafios identificados.



GESTÃO DA AULA

Este plano de aula foi elaborado para estimular os(as) desbravadores(as) a identificarem interesses e potencialidades, buscando por soluções inovadoras para os desafios apresentados em seus projetos. Iremos enfatizar a importância do trabalho em equipe, estimulando a interação respeitosa, que reconhece as habilidades e competências de cada colega.

+ Binóculo: para avistar mais longe

É importante ter sempre em mente o conceito de Aprendizagem Baseada em Projetos. Para se aprofundar no assunto, indicamos a leitura do artigo “Aprendizagem Baseada em Projetos: desafios da sala de aula em tempos de BNCC”, de Lilian Bacich. [LINK.](#)

PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO
TEXTO, BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK.
+

→ Estimular

1. Proponha, aos(às) jovens, que se conectem com o Círculo Dourado criado no encontro anterior. Convide-os(as) a recapitularem os principais momentos de aprendizado durante a utilização da ferramenta. Estimule a troca de ideias, a fim de gerar interação e envolvimento entre os empreendimentos de cada time.

Professor(a), você pode promover um *stand up meeting*, que significa “reunião em pé”. É uma prática utilizada por empresas que visa facilitar a comunicação entre as equipes, promovendo uma rápida “reunião”, onde cada pessoa fala, resumidamente, sobre o trabalho que está desenvolvendo e as dificuldades que está enfrentando. A partir disso, toda a equipe pensa qual será o melhor caminho para resolver essas dificuldades.

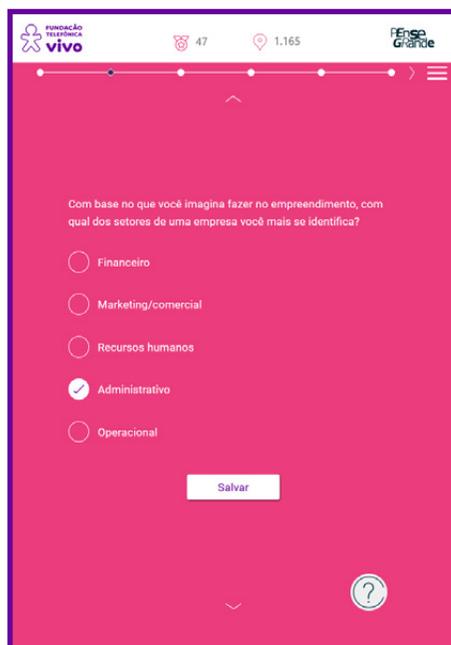
É necessário focar na ideia de articulação entre os pares, visando a criação de parcerias para apoiar os projetos que estão sendo desenvolvidos.

→ Mão na massa

2. Chegou a hora de cada membro descobrir a sua potência. Utilize o ambiente do Pense Grande Digital para trabalhar de forma híbrida com os(as) jovens, explorando os setores que uma empresa possui e solicitando que os(as) estudantes observem sua(s) área(s) de interesse.



3. Solicite que os(as) estudantes realizem a atividade proposta, a fim de descobrirem a área de atuação que melhor dialoga com suas habilidades.



Essa atividade é muito importante para que os(as) desbravadores(as) conheçam os papéis que irão exercer no empreendimento e, conseqüentemente, para que possam distribuir funções entre os(as) atores(atrizes) envolvidos(as) no projeto. É importante ressaltar que, ao distribuir as funções, iremos somar qualidades, de modo que o trabalho de cada membro se complemente. Cada indivíduo possui um domínio maior em determinada área e, ao somarmos qualidades, o empreendimento se fortalecerá e ficará mais completo.

➔ **Conversa em volta da fogueira**

4. Reúna os(as) estudantes para conversarem sobre estratégias para identificar o público-alvo e potenciais parceiros(as) de trabalho. Comente com os(as) jovens sobre *stakeholders* (em português significa “partes interessadas”). *Stakeholders* são pessoas e organizações que podem ser impactadas por um projeto de forma direta ou indireta, positiva ou negativa. As “partes interessadas” são importantes para a execução e o planejamento de um projeto.

O termo *stakeholders* foi criado na década de 1980 pelo filósofo norte-americano Robert Edward Freeman e, neste caso, é interessante apresentar o termo em inglês, pois ele é bastante utilizado no mundo empresarial.

⊕ **Binóculo: para avistar mais longe**

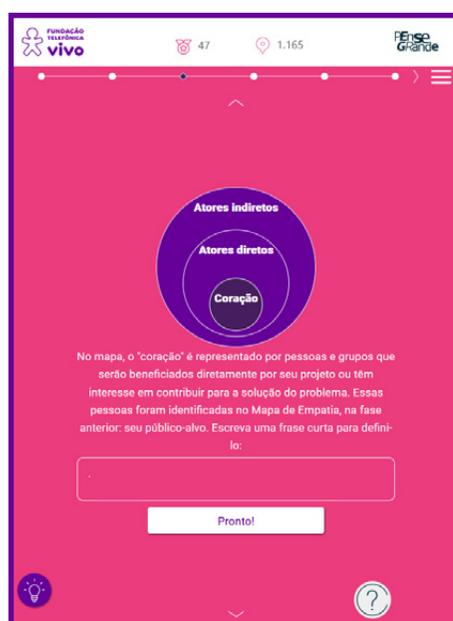
Esse vídeo “Identificação de *Stakeholders* (Partes Interessadas) – Como fazer?” pode ser um instrumento interessante para gerar insights sobre o assunto. Experimente exibi-lo para os(as) estudantes! [LINK](#).

PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO TEXTO, BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK OU USAR O QR- CODE COM A CÂMERA DO SEU CELULAR.



➔ Pé na trilha!

5. Apresente a atividade proposta no ambiente do Pense Grande Digital sobre identificação de atores(atrizes) e solicite que os(as) estudantes a realizem até o próximo encontro. Oriente que os(as) jovens prestem atenção sobre possíveis parcerias que podem ser estabelecidas entre os(as) atores(atrizes) identificados(as) durante a atividade. (Etapa 3 – “Atores”, Fase 2).



Além de identificar possíveis atores(atrizes) e de refletir sobre possíveis parcerias, oriente os(as) alunos(as) a realizarem uma pesquisa sobre os principais concorrentes que seus empreendimentos possam ter. (Etapa 4 – “Principais concorrentes”, Fase 2).

Iniciaremos o próximo encontro com uma “Conversa em volta da fogueira” sobre o assunto. Por isso, convide os(as) estudantes a explorarem o material do ambiente do Pense Grande Digital para a realização da atividade e a pesquisarem sobre o conceito de Pesquisa de Mercado.



AULA 6

PESQUISA DE MERCADO



BÚSSOLA

Para esta aula, os(as) estudantes devem ter realizado as pesquisas solicitadas, no encontro anterior, sobre concorrência. Estamos iniciando a Etapa 4 – “Principais concorrentes” da Fase 2.

- ➔ **Duração:**
100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.
- ➔ **Materiais necessários:**
Pesquisa sobre concorrentes, Diário de Bordo, canetas coloridas, celulares, computadores ou *tablets* com acesso à *internet* para navegação no ambiente do Pense Grande Digital durante a aula.
- ➔ **Competências gerais da BNCC em destaque:**
1 – Conhecimento; 2 – Pensamento Científico, Crítico e Criativo; 6 – Trabalho e Projeto de Vida; 10 – Responsabilidade e Cidadania.
- ➔ **Objetivo(s) de aprendizagem:**
Aprimorar o trabalho em equipe e o desenvolvimento de ideias. Explorar o conceito de mercado e a importância de tomar decisões conscientes.
- ➔ **Evidências de aprendizagem:**
Os(As) estudantes conseguiram entender o que é uma pesquisa de mercado analisando seus resultados e validando-os durante a criação da pirâmide de prioridades para o seu empreendimento.



GESTÃO DA AULA

Nesta aula, trabalharemos com a ferramenta Pesquisa de Mercado, que permite a análise de dados sobre um empreendimento. A ideia é construir conhecimento sobre o público e o mercado, identificando possibilidades e permitindo que os(as) jovens empreendedores(as) sintam-se seguros(as) na tomada de decisões relativas aos seus projetos.

➔ Conversa em volta da fogueira

1. Convide os(as) estudantes a apresentarem os resultados de suas pesquisas sobre a concorrência, identificando os pontos positivos e negativos dos empreendimentos mapeados.

Nesse momento é importante tentar entender, por meio dos resultados obtidos, que a pesquisa realizada é essencial para minimizar riscos e identificar oportunidades.

2. Apresente, aos(às) alunos(as), o conceito de Pesquisa de Mercado, que é uma ferramenta utilizada para entender a realidade de um mercado e aumentar a eficiência das tomadas de decisões em relação a um empreendimento.
3. Questione com os(as) estudantes se, em suas pesquisas sobre o assunto, esse conceito ficou claro.

Binóculo: para avistar mais longe

Para saber mais sobre Pesquisa de Mercado, indicamos o vídeo “Como fazer pesquisa de mercado”, do Sebrae: [LINK](#) e o artigo, também do Sebrae, “Tudo que você precisa saber sobre pesquisa mercadológica”: [LINK](#).

Mão na massa

4. Chegou a hora de validar todas as informações e trabalhar efetivamente realizando uma pesquisa de mercado. Para isso, construa o seguinte roteiro para guiar os(as) estudantes nessa jornada:
 - Identifique o objetivo da pesquisa: defina a variedade de produtos, investigue preços, qualidade, etc.;
 - Identifique o público-alvo: concorrentes, fornecedores(as) e consumidores(as) em geral;
 - Defina como será realizada a pesquisa: é possível aproveitar os dados da pesquisa prévia realizada pelo seu time anteriormente?
 - Como a análise será realizada: gráficos, análise de respostas, relatórios.

Estipule um tempo para que os(as) estudantes realizem a atividade e refaçam suas pesquisas, caso seja necessário. O objetivo é que eles(as) comparem o que foi realizado de forma intuitiva anteriormente e o que está sendo realizado agora, com um roteiro preestabelecido.

5. Abra espaço para que os(as) desbravadores(as) exponham suas impressões, relatando facilidades e dificuldades ao realizarem a atividade. Converse sobre a importância do trabalho em equipe, valorizando as singularidades de cada um e mostrando como as habilidades de cada integrante do grupo são importantes para o sucesso do trabalho.

→ Estimular

6. Nossos(as) desbravadores(as) serão incentivados(as) a validarem suas pesquisas criando uma "Pirâmide de Prioridades", identificando os pontos mais importantes a serem trabalhados para que seus empreendimentos deem certo.
7. Solicite que os(as) estudantes desenhem uma pirâmide em seus Diários de Bordo, colocando, no topo, os fatores mais desafiadores e importantes; na base, os mais fáceis de resolver.
8. Oriente os grupos a pensarem em estratégias para resolver os desafios.

Essa atividade pode ser uma rica fonte de *insights*, levando os(as) estudantes a entenderem a realidade de seus futuros negócios e a traçarem estratégias para o desenvolvimento de ações, produtos, comunicação e expansão.

→ Pé na trilha!

9. Oriente os(as) estudantes a realizarem todas as atividades da Fase 2 até o próximo encontro.

Iniciaremos a Fase 3 pensando no posicionamento de marca e, para isso, precisaremos de todo o conhecimento construído até aqui.



EM DIÁLOGO COM O NOVO ENSINO MÉDIO

Ter como ponto de partida uma questão desafiadora do mundo concreto, exercitar a curiosidade e o espírito exploratório, investigar referências e elaborar possíveis caminhos, garantir paradas para refletir ao longo do processo e revisar as decisões quando necessário. Trabalhar de forma cooperada, estabelecer diálogos com seus pares e possíveis parceiros(as) para a concretização de suas ideias.

Esse é um conjunto de ações que podemos perceber até este momento da jornada e todas configuram aspectos fundamentais da Aprendizagem Baseada em Projetos. Em seu conjunto, conseguimos observar múltiplas competências sendo trabalhadas de forma integrada: temos, aqui, um compromisso “em ação” com as escolas de Ensino Médio.



FASE 3

1, 2, 3, TESTANDO

AULA 7

O que a sua marca
precisa traduzir?

AULA 8

Se liga no visual

AULA 9

Presença Digital e MVP



AULA 7

O QUE A SUA MARCA PRECISA TRADUZIR?



BÚSSOLA

No Módulo Seu Negócio Social do Pense Grande Digital, a Fase 3 dialoga com a etapa de prototipação do *Design Thinking*. É o momento de testar as hipóteses, experimentar algumas soluções idealizadas.

Decerto que várias dimensões de um empreendimento podem ser prototipadas: produtos, serviços, embalagens e marca. Para a intencionalidade pedagógica deste momento, vamos oferecer subsídios para os times pensarem em como comunicar os valores de seu empreendimento e que estratégias podem ser utilizadas para posicionar suas marcas no universo de sentidos de seus públicos. Vamos falar de *branding*, nome dado para a gestão estratégica de marcas.



Duração

100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.



Materiais necessários

Diário de Bordo, canetas coloridas, celulares, computadores ou *tablets* com acesso à *internet* para navegação no ambiente do Pense Grande Digital durante a aula.



Competência geral da BNCC em destaque

1 – Conhecimento; 2 – Pensamento Científico, Crítico e Criativo; 4 – Comunicação; 7 – Argumentação.

- ➔ **Objetivo(s) de aprendizagem**
Identificar as forças, as oportunidades, as fraquezas e as ameaças dos empreendimentos em elaboração. Definir boas estratégias de *branding* para potencializar os projetos.
- ➔ **Evidências de aprendizagem**
Os(As) estudantes realizaram a análise F.O.F.A. e demonstraram entendimento dos principais valores a serem comunicados sobre seus empreendimentos e como podem utilizar estratégias de *branding* para isso.

+ **Binóculo: para avistar mais longe**

Branding é uma estratégia de gestão de marca que visa posicioná-la no mercado, em conformidade com seus públicos. É algo fundamental, pois torna os valores de uma marca evidentes no mercado. Para saber mais, acesse o artigo do Sebrae “*Branding* – o que significa e qual a sua importância”. [LINK](#)

+ PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO TEXTO, BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK.



GESTÃO DA AULA

O *Branding* é a gestão estratégica de marca e envolve ações para torná-la mais forte e presente no mercado. Iremos desenvolver essa ideia com os(as) estudantes, analisando como planejar e executar ações para atingir os resultados desejados. Fazer *branding* exige uma abordagem ampla, com objetivos variados, e a construção da marca é uma estratégia obrigatória para qualquer empreendimento. Realizaremos

a chamada análise F.O.F.A. para auxiliar os(as) desbravadores(as) nessa trilha rumo ao topo.

→ Estimular

1. Reúna a turma para assistir ao vídeo “*Branding x Marketing*”, de Junior das Neves, disponível no [LINK](#).
2. Estimule a reflexão sobre a diferença entre *branding* e *marketing*, incentivando os(as) estudantes a anotarem, em seus Diários de Bordo, as ideias que poderão ser utilizadas em seus projetos.

É interessante que cada time de estudantes possa auxiliar outros times, colaborando com ideias. Para que isso aconteça, você, professor(a), deve estimular esse intercâmbio, promovendo o engajamento dos(as) jovens em diálogos que possam orientar a criação de propostas relacionadas ao assunto estudado.

→ Mão na massa

3. A análise F.O.F.A. é uma ferramenta muito popular no *marketing*. Para conduzir essa atividade com a turma, trabalhe de forma híbrida, utilizando o material disponível no ambiente do Pense Grande Digital, guiando os(as) estudantes nessa construção.



4. Estipule um tempo para que os(as) estudantes realizem a atividade e auxilie sempre que necessário.
5. Explique que a sigla F.O.F.A. se remete à tradução do termo SWOT, abreviação das palavras *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças).
6. Utilize as seguintes sugestões para orientar os(as) estudantes durante a análise:
 - Faça um “toró de ideias” com seu time, um *brainstorming*;
 - Analise os fatores internos;
 - Analise os fatores externos;
 - Utilize a matriz disponível no ambiente do Pense Grande Digital;
 - Realize o cruzamento de dados e estabeleça cenários;
 - Faça um planejamento de ações para atingir seus objetivos estratégicos.

Binóculo: para avistar mais longe

Para você conhecer mais sobre a análise F.O.F.A., sugerimos a leitura do artigo “Use a matriz F.O.F.A. para corrigir deficiências e melhorar a empresa”, disponível no site do Sebrae. [LINK.](#)

+ PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO TEXTO, BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK.

➔ Conversa em volta da fogueira

7. Organize uma roda de conversa com os(as) desbravadores(as) e inicie as apresentações das análises realizadas pelos times.
8. A partir das análises realizadas, estimule os(as) jovens a pensarem em estratégias para que as pessoas procurem, se interessem, interajam e desejem o produto oferecido pelo seu empreendimento. Solicite-lhes que os *insights* sejam registrados em seus Diários de Bordo.

➔ Pé na trilha!

tApós esse encontro, os(as) desbravadores(as) já estarão aquecidos(as) para pensarem na identidade visual do seu empreendimento. Desenvolver esse conceito será um dos objetivos da nossa próxima parada.

Peguem as mochilas, revisitem as anotações nos Diários de Bordo e organizem as novas bagagens.



AULA 8

SE LIGA NO VISUAL



BÚSSOLA

Neste encontro os(as) jovens empreendedores(as) aprenderão sobre identidade visual e começarão a dar cor, nome e forma aos seus empreendimentos. A proposta é que seja uma aula focada no aprender fazendo, promovendo experimentações para que os(as) jovens entendam o processo de criação de identidade de uma marca. Iremos explorar bastante o material disponível no ambiente Pense Grande Digital, entretanto, sinta-se à vontade para trazer novos materiais que irão enriquecer esse percurso.

Professor(a), é importante que você estude todo o material disponível no ambiente Pense Grande Digital, pois ele guiará nosso encontro (Etapa 2, Fase 3). É fundamental que você se aproprie dos conceitos para que possa gerar discussões acerca dos temas com os(as) alunos(as).

DICA!

Identifique, em sua turma, estudantes que possuem interesse e/ou experiência com ferramentas de criação gráfica. Eles(as) podem liderar alguns momentos de sua aula.

- ➔ **Duração:**
100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.
- ➔ **Materiais necessários:**
Projetor, caixas de som e conexão à *internet* para exibição de vídeo e do ambiente Pense Grande Digital; *tablets* e celulares; canetas; Diários de Bordo.
- ➔ **Competência geral da BNCC em destaque:**
2 – Pensamento Científico, Crítico e Criativo; 4 – Comunicação; 5 – Cultura Digital; 7 – Argumentação.
- ➔ **Objetivo(s) de aprendizagem:**
Entender o processo de criação da identidade visual de uma marca e sua importância. Experimentar composições verbo-visuais que comuniquem os valores da marca dos empreendimentos.
- ➔ **Evidências de aprendizagem:**
Os(As) estudantes conseguiram iniciar a criação de um protótipo para a identidade visual de seus projetos.



GESTÃO DA AULA

Nesta aula iremos explorar a necessidade de pensarmos sobre a identidade visual dos empreendimentos que estão sendo gerados. Uma sugestão é que você, professor(a), faça um levantamento prévio sobre marcas que interessam seus(suas) alunos(as) e traga as identidades visuais como referência para análise.

→ Estimular

1. Convide os(as) estudantes a uma rápida pesquisa na internet. Eles(as) devem selecionar, em um minuto, uma marca que consideram interessante (não necessariamente do segmento de seus empreendimentos).
2. Peça a alguns(algumas) jovens para revelarem a marca selecionada para a turma. Eles(as) devem dizer o porquê de terem escolhido a marca e o que ela representa sobre o produto/serviço.

Abra espaço para que o restante da turma se manifeste sobre outras percepções das marcas destacadas pelos(as) colegas.

3. A partir dos exemplos apresentados pelos(as) estudantes, apresente o conceito de identidade visual, que, em linhas gerais, é a combinação de elementos visuais e verbais que tem por objetivo comunicar ideias, valores e propósito sobre um produto/serviço/organização.
4. Questione os(as) estudantes se eles(as) já observaram como as cores, tipografias, ícones, fontes possuem o papel de gravar na mente do público, de forma rápida e objetiva, a identidade visual de determinada marca.

Algumas marcas já estão tão inseridas na mente de seus(suas) consumidores(as) que comportam fragmentação, ou seja, nem precisam estar completas para cumprir a sua missão. (Caso, por exemplo, das três listras da Adidas).

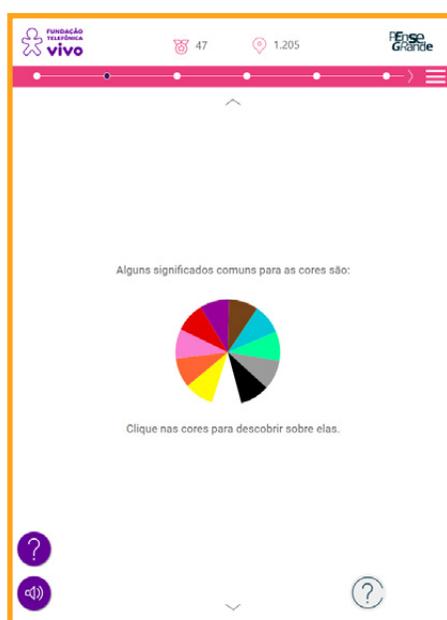
Abra espaço para que os(as) desbravadores(as) exponham suas ideias e impressões a respeito do assunto. Você, professor(a), pode também levar algumas marcas para reforçar a mensagem de estímulo da aula: as marcas vão além do nome e do símbolo gráfico; elas traduzem valores, sensações, um “estado de espírito” de organizações, serviços e/ou produtos.

➔ Mão na massa

- Explore, com a turma, o material disponível no ambiente do Pense Grande Digital. Percorra a trilha levantando pontos a serem observados, como a criação do nome da marca e do logotipo. (Etapa 4, Fase 2)

Muitos aspectos devem ser levados em consideração ao construir a identidade visual e, por isso, chame a atenção dos(as) estudantes para detalhes que irão fazer a diferença, gerando impacto no primeiro contato com o público. Uma identidade bem construída gera força para a marca.

- Mostre a importância da escolha certa da paleta de cores. É necessário escolhê-la de acordo com o que cada cor representa, de forma estratégica. Utilize o material do Pense Grande Digital para entender mais sobre a psicologia das cores. O visual deve ser coerente com o conceito da marca.



7. Proponha que os(as) estudantes, em seus times de trabalho, testem possibilidades, prototipando identidades visuais para seus projetos. Eles(as) podem experimentar fazendo esboços manualmente ou utilizando alguma ferramenta *on-line* para criação gráfica (por exemplo, o site *Canva*).

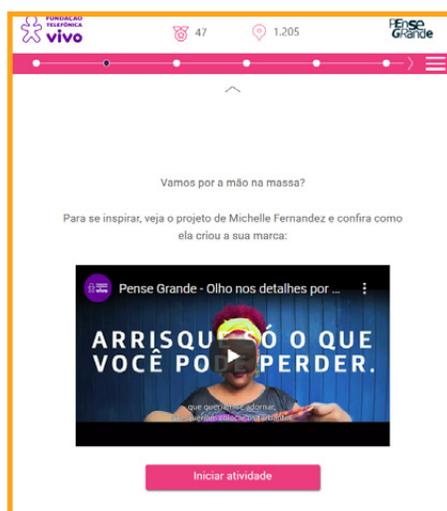
É importante lembrar que estamos desenvolvendo um trabalho dentro da proposta da Aprendizagem Baseada em Projetos. É fundamental fortalecer a participação ativa dos(as) estudantes criando oportunidades de ações colaborativas entre os pares, instigando a curiosidade, conduzindo problematizações e a resolução de problemas.

DICA!

A depender da disponibilidade de tempo, pode ser interessante criar um momento extra em forma de oficina. Os(As) estudantes mais experientes em criação gráfica podem organizar esse momento em parceria com o(a) professor(a).

Conversa em volta da fogueira

8. Apresente o vídeo da Michelle Fernandez, disponível no ambiente do Pense Grande Digital e faça uma roda de conversa com os(as) jovens sobre a experiência vivida neste encontro. Realize uma escuta acolhedora, mobilizando reflexões.



9. Faça um “Microfone aberto” (Open Mic) para quem quiser apresentar seu protótipo. Deixe os(as) estudantes à vontade para compartilhar ou não suas criações.

Criar a identidade visual não é um processo simples e pode gerar insegurança num primeiro momento. Por isso, estimule os(as) jovens a compartilharem seus protótipos; entretanto, respeite o tempo de cada um. Deixe claro que não há expectativa por uma marca pronta em uma aula de 100 minutos. A aula é um disparador dessa criação, um momento de esboçar possibilidades e trocar ideias com os(as) colegas que têm mais repertório sobre o assunto.

Pé na trilha!

Faça um combinado com a turma, dando um prazo para a criação do nome do empreendimento e da identidade visual.

Você pode reservar pequenos momentos das duas aulas seguintes para um circuito de trocas de ideias entre os(as) colegas sobre os estudos que cada time está realizando para a sua marca. Incentive-os(as) a colaborar no feed do ambiente do Pense Grande Digital.



SUGESTÃO DE ATIVIDADE INTEGRADORA

Que tal convidar os(as) professores dos componentes curriculares Arte e Língua Portuguesa para planejarem uma oficina exclusiva para esse momento?

É interessante trabalharmos pensando na perspectiva da interdisciplinaridade.

Mobilizar o olhar para a multimodalidade textual, exercitando a criatividade ao observar as variadas possibilidades de comunicação existentes, irá gerar a ampliação da capacidade de expressão dos(as) estudantes.

Ao desenvolvermos habilidades de Língua Portuguesa durante a criação do nome ou *slogan* para o empreendimento, e habilidades de Arte na composição da paleta de cores e na criação do logotipo, qualificamos esse processo tão rico, engajando nossos(as) estudantes e permitindo o desenvolvimento da capacidade de planejar e construir algo seu.

EM DIÁLOGO COM O NOVO ENSINO MÉDIO

A oportunidade de criar projetos reais auxilia na construção do pensamento científico, crítico e criativo, aprimorando ideias e desenvolvendo habilidades que potencializam vários aspectos da vida dos(as) estudantes, colaborando para a sua formação integral.



AULA 9

PRESENÇA DIGITAL E MVP



BÚSSOLA

A aula vai contextualizar e disparar o trabalho dos(as) estudantes em duas etapas da Fase 3: Etapa 3 – “Presença Digital” e Etapa 4 – “Testando o meu projeto”.

- ➔ **Duração:**
100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.
- ➔ **Materiais necessários:**
Projektor, caixas de som e conexão à *internet* para exibição de vídeo; *tablets* e celulares; canetas; papel *craft* ou lousa; Diários de Bordo.
- ➔ **Competência geral da BNCC em destaque:**
2 – Pensamento Científico, Crítico e Criativo; 4 – Comunicação; 5 – Cultura Digital; 7 – Argumentação.
- ➔ **Objetivo(s) de aprendizagem:**
Reconhecer as redes sociais na *internet* e as possibilidades de presença digital mais significativas para a marca. Iniciar a construção de um Mínimo Produto Viável (MVP).
- ➔ **Evidências de aprendizagem:**
Os(As) estudantes conseguiram delinear caminhos para a presença digital de suas marcas, vinculando experiências durante as atividades realizadas e a criação de um MVP.



GESTÃO DA AULA

Professor(a), este encontro foi pensado com o objetivo de incentivar os(as) estudantes a se enxergarem como empreendedores(as). Iremos discutir sobre presença digital e construir um Mínimo Produto Viável (MVP). Fique à vontade para incluir trilhas e bagagens que possam enriquecer a jornada.

→ Estimular

1. Apresente o vídeo “Redes sociais – o maior shopping a céu aberto”, de Keila Neves, disponível no [LINK](#).
2. Inicie uma roda de conversa sobre o conteúdo abordado no vídeo. Algumas perguntas podem ajudá-lo(a) a conduzir esse momento.
 - Você utiliza mais de uma rede social?
 - Quantas vezes por dia você acessa suas redes sociais?
 - O que você mais busca nas redes sociais?
 - Você concorda com a fala da palestrante quando ela diz que as redes sociais são o maior *shopping* a céu aberto?
 - Para você, quais são as vantagens de utilizar as redes sociais? E as desvantagens?

PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO TEXTO,
BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK.



3. Converse com os(as) alunos(as) sobre o conceito de presença digital, que é o modo de se posicionar na *internet*, gerando valor para os(as) usuários(as) e se relacionando com o público. Questione os(as) estudantes se eles(as) consideram que já têm uma presença digital. Incentive a troca de ideias.

➔ Mão na massa I

4. Faça um “radar de redes sociais” com a turma toda.

A atividade consiste em localizar as principais redes utilizadas pelos times e pela comunidade onde o empreendimento será realizado.

Para isso, solicite que os(as) jovens escrevam, na lousa ou em um papel *craft* grande, os nomes dessas redes, fazendo associações com os(as) usuários(as) de suas comunidades e seus interesses. Oriente-os(as) a revisitarem os registros em seus Diários de Bordo para lembrarem dos interesses da comunidade, que foram mapeados durante a visita exploratória.

Além da identificação das redes sociais, os(as) estudantes podem pontuar perfis nessas redes que possuem relevância no contexto de suas comunidades e de seu empreendimento.

DICA!

0 radar deve ser construído coletivamente. Por isso é interessante que cada time seja representado por uma cor, facilitando a leitura das conexões.

- Estimule a turma a pensar como poderá ser gerada a presença digital do empreendimento de cada time. Quais estratégias os(as) estudantes podem utilizar para gerar interesse no público? Quais redes farão mais sentido ao serem utilizadas nos projetos? Que perfis podem inspirá-los(as) ou mesmo apoiá-los(as) diretamente?

➔ Mão na massa II

- A atividade mão na massa I foi realizada com toda a turma. Agora é hora dos times se reunirem para uma nova missão: criar um Mínimo Produto Viável (MPV) para fazer um teste.

As letras que formam a sigla significam:

- Minimum (mínimo): o mais rápido possível!
- Viable (viável): da maneira em que é possível interferir no desafio agora, já!
- Product (produto): o que é possível entregar com o que se tem.

+ Binóculo: para avistar mais longe

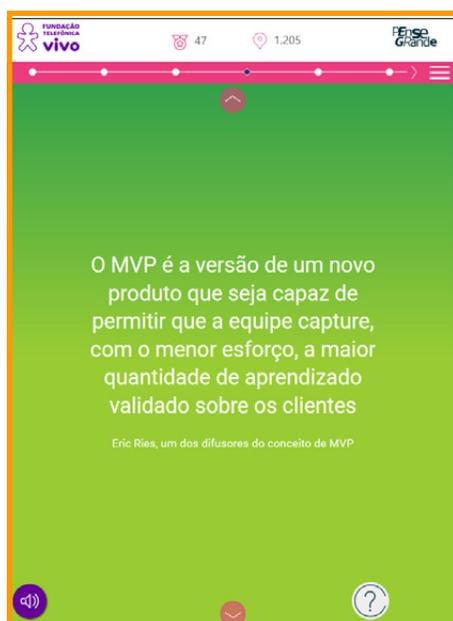
O que é MVP?

Para se aprofundar no assunto, leia o artigo “Conheça o Mínimo Produto Viável (MVP) e aplique no seu negócio”, disponível no site do Sebrae. [LINK](#)

PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO TEXTO,
BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK.
+

Para estimular os(as) alunos(as), apresente exemplos de MVPs. No artigo “Conheça 7 exemplos de MVP e inspire-se para criar o seu”, o Sebrae Minas apresenta empresas de sucesso que utilizaram MVPs, como o Facebook e a Amazon. Disponível no [LINK](#).

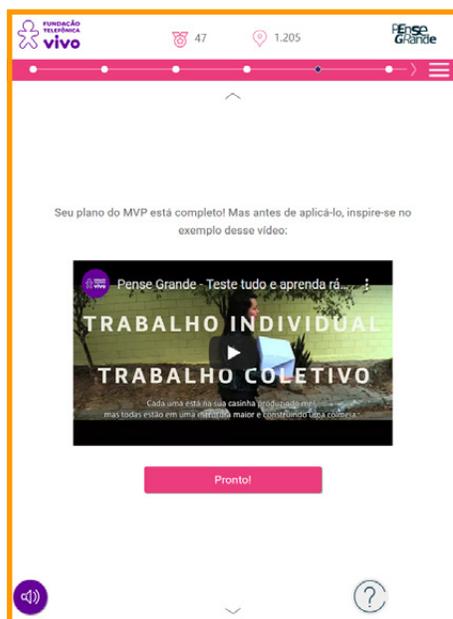
Utilize o material disponível no ambiente do Pense Grande Digital para desenvolver essa atividade com os(as) estudantes.



- Oriente os times a respeito do MVP, que deverá apresentar dados que possibilitem uma análise confiável do projeto/produto, para que, posteriormente, as ideias possam ser aprimoradas.

➔ **Pé na trilha!**

- Instrua os times a finalizarem o MVP em casa.

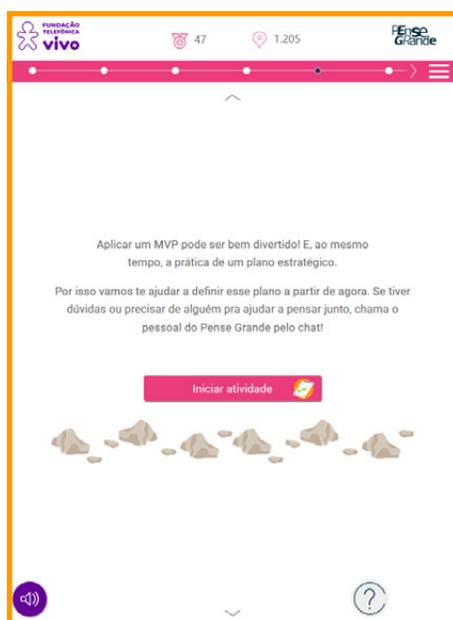


É interessante apresentar o vídeo, disponível no ambiente do Pense Grande Digital, como inspiração para os(as) jovens.

DICA!

Mostre aos(às) estudantes que o MVP pode começar com um simples anúncio ou um cadastro para testes.

9. É a hora de realizar a “prova de solução”. É necessário que todos os times finalizem as atividades da Fase 3 do ambiente do Pense Grande Digital.



Esclareça que os(as) alunos(as) precisarão desenvolver esse teste como “para casa”, compartilhando os resultados no ambiente do Pense Grande Digital. Assim, os(as) estudantes descobrirão se a ideia é realmente boa e se as pessoas irão se interessar por essa solução.

Oriente que os(as) jovens registrem, em seus Diários de Bordo, as principais ideias ao realizarem as atividades propostas.



EM DIÁLOGO COM O NOVO ENSINO MÉDIO

Desenvolver habilidades de medir resultados e fazer ajustes necessários para alcançar os objetivos pretendidos estimulam a atitude empreendedora. Os grupos de trabalho exercem autonomia e responsabilidade ao construírem e testarem seus projetos.



FASE 4

ESCALADA FINAL

AULA 10

Rumo ao Topo

AULA 11

Sustentabilidade
Financeira



AULA 10

RUMO AO TOPO**BÚSSOLA**

Chegamos à Fase 4, última do Módulo Meu Negócio Social.

Nesta aula iremos sistematizar o modelo de negócio de cada time.

- ➔ **Duração:**
100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.
- ➔ **Materiais necessários:**
projektor, caixas de som e conexão à *internet* para exibição de vídeo; *tablets* e celulares; canetas; MVPs; Círculo Dourado; Diários de Bordo; tabela *Canvas* impressa.
- ➔ **Competências gerais da BNCC em destaque:**
1 – Conhecimento; 2 – Pensamento Científico, Crítico e Criativo; 6 – Trabalho e projeto de vida; 7 – Argumentação; 10 – Responsabilidade e Cidadania.
- ➔ **Objetivo(s) de aprendizagem:**
Elaborar o planejamento de um negócio social, utilizando a ferramenta *Canvas*. Exercitar a atitude empreendedora fomentando a capacidade de tomada de decisões para a solução de problemas.
- ➔ **Evidências de aprendizagem:**
Construção do modelo de negócios, organizando com objetividade cada item da tabela *Canvas*.



GESTÃO DA AULA

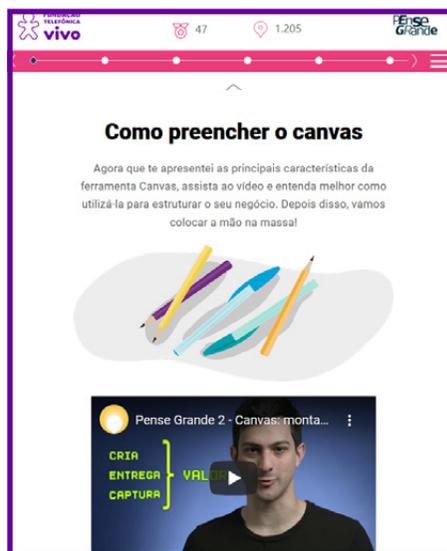
Neste encontro iremos aprofundar no modelo de negócios, pensando na proposta de valor dos empreendimentos de cada time. Os(As) desbravadores(as) serão incentivados a formular estratégias para captar clientes e estabelecer um relacionamento empático com seu público-alvo. É importante que o(a) professor(a) imprima, para cada time, uma tabela *Canvas* para ser preenchida pelos(as) estudantes na hora do Mão na massa.

+ Binóculo: para avistar mais longe

O *Canvas* é uma ferramenta conhecida como “modelo de negócio”. É um mapa visual que contém nove blocos, que irão permitir a análise de um negócio no mercado. Para saber mais, leia o artigo “*Canvas*: como estruturar seu modelo de negócios”, disponível no site do Sebrae. [LINK](#).

Estimular

1. Apresente o vídeo “Como preencher o *Canvas*”, disponível no ambiente do Pense Grande Digital.



PARA ACESSAR O CONTEÚDO INDICADO NO TEXTO,
BASTA CLICAR NA PALAVRA LINK OU USAR O QR-
CODE COM A CÂMERA DO SEU CELULAR.



2. Explore, com a turma, a ferramenta *Canvas*, explicando que seu uso formou toda uma nova geração de empreendedores(as).
3. Apresente as partes da tabela *Canvas*, estimulando conexões com as atividades já desenvolvidas durante a jornada. Solicite que os(as) estudantes revisitem seus Diários de Bordo, os Círculos Dourados e os MVPs construídos.

➔ Mão na massa

4. Chegou a hora de preencher o *Canvas*. Para isso, reforce o que cada quadro significa. Apoie-se no material do Pense Grande Digital, pois a trilha foi pensada para guiar esse momento.

DICA!

Explique os seguintes pontos para os(as) estudantes:

PROPOSTA DE VALOR: Quais serviços/produtos o empreendimento irá oferecer aos(às) consumidores(as)? Quais problemas irão ajudar a resolver?

SEGMENTO DE CLIENTES: Defina quem são os(as) consumidores(as) mais importantes. Existe um perfil específico?

CANAIS: Defina a forma como os produtos serão conhecidos, como chegarão ao público-alvo e como as pessoas irão interagir com o negócio. Os canais apresentam bom custo-benefício?

RELACIONAMENTO COM CLIENTES: Define estratégias para conquistar e manter um bom relacionamento com os(as) clientes.

RECEITAS: Define como e quanto se pagará pelos produtos. Qual valor o público-alvo está disposto a pagar?

RECURSOS PRINCIPAIS: Realiza um levantamento sobre os recursos necessários para fazer o negócio funcionar.

ATIVIDADES PRINCIPAIS: Relaciona as ações necessárias para a realização da proposta de valor.

PARCERIAS PRINCIPAIS: Identifica os principais parceiros(as) e fornecedores(as) que podem apoiar a realização do negócio.

ESTRUTURA DE CUSTOS: Levanta o que vai ser gasto para realizar a proposta de valor (os custos podem ser fixos e variáveis).

5. É interessante que as anotações, durante o preenchimento do *Canvas*, sejam realizadas com *post-its* ou marcadores que permitam alterações, caso seja necessário.

DICA!

Professor(a), para essa atividade, você pode explorar outros ambientes da escola, distribuindo os times de trabalho. Também pode imprimir a tabela *Canvas* em tamanho A3, facilitando a visualização.

→ Conversa em volta da fogueira

6. Converse com os(as) estudantes sobre as percepções construídas ao realizar a atividade.
7. Solicite que cada time apresente o *Canvas* do seu empreendimento, realizando conexões com o Círculo Dourado, construído em atividades anteriores.
8. Após a apresentação de todos os grupos, abra espaço para que os(as) estudantes exponham suas ideias e dê *feedbacks* sobre os modelos de negócio apresentados.

→ Pé na trilha!

Já estamos quase chegando ao topo! Foram horas percorrendo trilhas e nossa bagagem aumentou. Convide os(as) desbravadores(as) a fazerem uma autoavaliação escrevendo suas percepções acerca do próprio caminhar em seus Diários de Bordo.



EM DIÁLOGO COM O NOVO ENSINO MÉDIO

A utilização da ferramenta de modelo de negócios permite que os(as) estudantes se posicionem, de forma atuante, diante das possibilidades de análise, gestão e implementação de estratégias para a sua própria vida.



AULA 11

SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA



BÚSSOLA

Na Fase 4 do Pense Grande Digital, as etapas 6, 7, 8, 9 e 10 se complementam para o entendimento da sustentabilidade financeira dos empreendimentos sociais. É uma parte fundamental do projeto.

Por isso, esse encontro pode ser pensado de forma articulada a componentes curriculares da área de Matemática.

- ➔ **Duração:**
100 minutos, podendo ser dividido em dois encontros.
- ➔ **Materiais necessários:**
Projetor, caixas de som e conexão à *internet* para exibição de vídeo; *tablets* e celulares; canetas; Diários de Bordo; *Canvas*.
- ➔ **Competências gerais da BNCC em destaque:**
1 – Conhecimento; 2 – Pensamento Científico, Crítico e Criativo; 6 – Trabalho e projeto de vida; 7 – Argumentação; 9 – Empatia e Cooperação; 10 – Responsabilidade Social e Cidadania.
- ➔ **Objetivo(s) de aprendizagem:**
Projetar a sustentabilidade financeira do empreendimento social idealizado.
- ➔ **Evidências de aprendizagem:**
Os(As) estudantes conseguiram identificar as fontes de receita dos seus empreendimentos e as necessidades de recursos.



GESTÃO DA AULA

A partir do preenchimento da tabela *Canvas*, no encontro anterior, nossos(as) jovens empreendedores(as) perceberam como é importante identificar quanto o seu público-alvo está disposto a pagar pelo serviço/produto oferecido. Neste encontro, focaremos nas fontes de receitas, verificando se serão lucrativas ou não para o seu negócio. A ideia é projetar a saúde financeira do empreendimento.

→ Conversa em volta da fogueira

1. Inicie conversando com os(as) estudantes sobre educação financeira.

Algumas perguntas podem auxiliá-lo(a) nesse momento:

- Você sabe o que é educação financeira?
 - Como a educação financeira pode auxiliar na melhoria da qualidade de vida das pessoas?
 - Você tem cartão de crédito? Se sim, como você o utiliza?
 - Você considera que tem equilíbrio com os seus gastos?
2. Pensando em cada empreendimento, questione os(as) jovens sobre os recursos financeiros necessários para realizarem os projetos.

3. Apresente, à turma, o vídeo “Gestão Financeira”, do Sebrae, disponível no [LINK](#).
4. Incentive os(as) estudantes a conversarem sobre o vídeo e sobre como a gestão financeira será importante para o seu empreendimento.

➔ Mão na massa

5. Crie um circuito na sala em que um grupo oferece consultoria financeira para o outro. Possibilite que os times troquem ideias entre si, relatando fatos ou situações para a resolução de problemas reais que possam ser encontrados.
6. Oriente os(as) estudantes a identificarem as fontes de receita de seus empreendimentos utilizando o *Canvas* para auxiliar nessa análise. O grupo consultor deve observar pontos de fragilidade e provocar o time de empreendedores(as) a pensar melhor sobre soluções para as eventuais lacunas.

DICA!

Você pode criar, com o(a) professor(a) do componente curricular Matemática, um estudo de caso para os(as) estudantes mergulharem no assunto, fazendo que os(as) jovens percebam a importância de equilibrar renda e consumo.

DICA!

Realize uma confraternização com a turma para marcar a conclusão deste ciclo tão importante.

Convide os(as) jovens empreendedores(as) a “venderem” seus projetos em uma apresentação.

Cada time deve realizar anotações para dar *feedback* aos(às) colegas sobre os empreendimentos, aprofundando nas soluções apresentadas pelos grupos.

Organize, com os(as) estudantes, tudo que será necessário para as apresentações. Quem sabe o auditório da escola ou a quadra seja um palco interessante para receber essas propostas inovadoras? Explore possíveis locais e recursos que a escola possa oferecer.

Estipule um tempo para as apresentações e também para os *feedbacks*. A colaboração entre os pares, trazendo novas visões acerca das situações-problema e propostas apresentadas, fará a diferença na hora de colocar os projetos em prática.

Quem sabe o evento pode virar uma feira de negócios inovadores na escola? Envolve a comunidade escolar para valorizar as potencialidades dos(as) estudantes.



Diretor-Presidente

Américo Mattar

Coordenadora de Projetos Sociais

Luciana Scuarcialupi

Equipe de Projetos Sociais

Adriana da Glória e Catherine Merchan

Equipe de Comunicação

Luciana Novaes e Tatiana Gimenes Pereira

Parceiro Executor do Projeto

CENPEC

Coordenação Editorial

Lilian L'Abbate Kelian

Autoria de Textos

Renata Alencar

Janaina Pessoa

Leitura Crítica

Bruno Olivatto

Revisão Textual

Thaís Arruda Ferreira

Projeto Gráfico e Diagramação

Fernanda Monte-Mór



fundacaotelefonicavivo.org.br

ACOMPANHE A FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO PELAS REDES SOCIAIS

f [fundacaotelefonicavivo](https://www.facebook.com/fundacaotelefonicavivo) @ [@fundacaotelefonicavivo](https://www.instagram.com/fundacaotelefonicavivo)
v [fundacaotelefonicavivo](https://www.youtube.com/channel/UC...) [@FTelefonicaVivo](https://twitter.com/FTelefonicaVivo)