

**ANEXO III**

**FORMULÁRIO PARA APRESENTAÇÃO DE PROJETOS**

**TÍTULO DO PROJETO:**

**PROJETO INTERDISCIPLINAR DE ENSINO E EXTENSÃO “CAFÉ COM PESQUISA”.**

<b>Unidade de vinculação</b>	( ) Diretoria de Unidade Regionalizada - Político/Pedagógico e Financeiro ( ) Diretoria de Unidade Regionalizada – Administrativa (X) Faculdade ( ) Reitoria ( ) Pró-reitoria
<b>Informar o nome da Unidade de vinculação</b>	Universidade do Estado de Mato Grosso
<b>Campus Universitário:</b>	Tangará da Serra

**INFORMAÇÕES SOBRE O COORDENADOR:**

Nome: Regina Maria da Costa		Formação/titulação  Doutorado	Categoria: (x ) Docente ( ) Discente ( ) PTES
Efetivo: ( x )	Interino: (    )		
E-mail: regina.m.costa@unemat.br		Telefone Celular: 65 9 9987-2636  Telefone Institucional: 65 3311-4907	

**EQUIPE DO PROJETO**

Nome	Formação/ Titulação	Categoria profissional e Situação Funcional (efetivo ou contratado)	Função no projeto*
1 – Regina Maria da Costa	Doutora	Docente	Coordenadora
2 - Júlio Cesar Gomes da Silva	Mestre	Docente	Membro
3 - Ocimar Edson de Oliveira	Mestre	Docente	Membro

\* Ressalta-se que o projeto de extensão poderá prever apenas 03 membros (docentes ou PTES).  
Os demais integrantes da equipe serão colaboradores.

COLABORADORES/VOLUNTÁRIOS			
Nome	Formação/ Titulação	Categoria profissional e Situação Funcional	Função no projeto*
4 - Allyson Rodrigues Vargas	Mestre	Docente	Membro
5 – Robinson Alves Lemos	Doutor	Docente	Colaborador
6 - Luís Claudio Alves Viana	Especialista	Docente	Colaborador
7 – Ellen Maiza Maciel da Cruz	Graduanda	Discente	Colaboradora
8 – Jean Henrique Oss	Graduando	Discente	Colaborador
9 – Micheli Cristina Meira Carvalho	Graduanda	Discente	Colaboradora
10 – Milena Jacobowski Falavinha	Graduanda	Discente	Colaboradora
11 – Rayanne Pereira Carvalho	Graduanda	Discente	Colaboradora
12 – Thaiza Karoliny Sauberlich	Graduanda	Discente	Colaboradora
13 - Roniel Ramos Lima	Graduando	Discente	Colaborador

<b>ÁREA TEMÁTICA:</b> (Marque a área mais relacionada ao seu projeto).	
( ) Comunicação	( ) Meio Ambiente
( ) Cultura	( ) Saúde
( ) Direitos Humanos e Justiça	( ) Trabalho
( ) Educação	( x ) Tecnologia e Produção

<b>PERÍODO DE EXECUÇÃO DO PROJETO</b> (dia/mês/ano):	Início: 04/09/2017	Término: 04/09/2018
---	--------------------	---------------------

<b>NÚMERO DE BOLSISTAS</b> (previsão):	50
--	----

<b>PÚBLICO-ALVO:</b> (Descrever o público alvo. Ex: Professores do ensino fundamental, crianças de creches, idosos da comunidade, garçons, crianças do ensino fundamental etc. De preferência quantificar o público).
Esse projeto possui como públicos: os acadêmicos da UNEMAT de todos os cursos do campus de Tangará da Serra e a Comunidade externa em geral tendo em vista que serão propostos produtos diversos que poderão ser comercializados atendendo as necessidades do público em geral.

<b>RESUMO DO PROJETO:</b> (Descrever de forma sucinta a justificativa, os objetivos e a metodologia da atividade - Máximo 10 linhas).
---

O evento Café com Pesquisa é uma atividade interdisciplinar desenvolvida com o envolvimento dos professores das disciplinas (Teoria Geral da Administração II, Introdução ao empreendedorismo, Matemática Financeira, Administração de materiais e recursos patrimoniais II; Administração mercadológica I e Gestão pública) do 2º módulo em administração. Com essa atividade os professores buscam proporcionar aprendizagem aos acadêmicos permitindo-os perceber a interdependência das disciplinas/ áreas, na gestão. Para isso foi proposto aos acadêmicos o desenvolvimento de um produto ou melhoramento de um produto existente, utilizando os conceitos teóricos abordados em cada disciplina. Posteriormente os acadêmicos devem comercializar os produtos por eles fabricados no campus da Unemat local e na sociedade em geral. Aliados, professores e acadêmicos devem realizar um evento no campus da Unemat local em data específica para exposição da atividade e produtos.

Palavras-chave (três): Interdisciplinaridade; modelo de negócio; aplicabilidade.

**INTRODUÇÃO:** (Apresentação sucinta do conteúdo do projeto - Texto limitado a uma página).

Esse projeto de ensino com interface na extensão é um trabalho que exige que cada professor em sua disciplina dê suporte aos acadêmicos para a criação de um produto aplicando ao máximo os conteúdos que vem sendo explorados em sala de aula. Após a fabricação é necessário que ocorra a comercialização pelos acadêmicos. A proposta de trabalho é desenvolvida em grupos de forma que é escolhido um líder e seus liderados. Os acadêmicos apresentam suas atividades em 03 momentos: (i) a primeira apresentação deverá ter a descrição da ideia seguindo o modelo de negócios Canvas, (ii) a segunda apresentação devem demonstrar a análise SWOT para possibilitar verificações de possíveis dificuldades, e (iii) a terceira apresentação será uma comparação entre o planejamento e o realizado. Nesse terceiro momento aposta que os acadêmicos sejam capazes de demonstrar se o modelo de negócio pode se tornar um empreendimento lucrativo, apresentando as rotinas dos processos, custos de produção, preço de venda, público alvo e retorno do investimento.

**JUSTIFICATIVA:** (Fundamente a proposta do projeto, indicando a relevância científica, social, extensionista e/ou cultural - Texto limitado a uma página).

Esse projeto de ensino e extensão possui relevância comprovada pelas experiências anteriores (2016/2 e 2017/1). No entanto, no primeiro semestre (2016/2) ocorreu de maneira experiencial formalizando a atividade apenas no registro de aula TGA\_II no Sagú. No semestre posterior a atividade foi realizada durante todo o semestre 2017/1 sendo possível avaliar o grau de envolvimento de cada participante, desafios, dificuldades de relacionar em grupos e a superação individual.

Apesar de a atividade ter ocorrido durante o semestre todo, foi formalizado apenas como atividade de evento, conforme PARECER Nº. 260/2017-PROEC "CURSOS E EVENTOS".

Com essa atividade é possível afirmar que ocorre a Aprendizagem integrada, devido o envolvimento de todos os professores das disciplinas do 2º módulo. Como resultado concreto um grupo denominado "*Bambusiness*" continua a comercializar seus produtos na sociedade e a obter resultados, ou seja, é um modelo de negócio que deu certo (fotos no link: <http://portal.unemat.br/galeria/?idg=411>) e

Matéria do evento no link:

<https://sites.google.com/site/admtgta/noticias-do-curso/iencontro-cafecompesquisa>.

Aposta que com esta atividade possamos estar formando administradores empreendedores capazes de gerar e gerir seu próprio empreendimento por meio da utilização das ferramentas administrativas na prática do negócio. Além do envolvimento com a sociedade em geral que passam conhecer as atividades do projeto adquirindo os produtos por meio da compra dos mesmos.

**OBJETIVO GERAL:** (Objetivo geral: sintetizar, de forma clara, a finalidade geral do projeto. Objetivos específicos: São alvos concretos que se busca alcançar no âmbito da proposta. (indique os objetivos específicos a serem alcançados, explicando a correspondência com os resultados esperados).

**Geral:** Proporcionar aprendizagem integrada das disciplinas Teoria Geral da Administração II, Introdução ao empreendedorismo, matemática Financeira, Administração de materiais e recursos patrimoniais II, Administração mercadológica I, Gestão pública de forma a proporcionar a aplicabilidade prática no modelo de negócio.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** (Objetivos específicos: São alvos concretos que se busca alcançar no âmbito da proposta. (indique os objetivos específicos a serem alcançados, explicando a correspondência com os resultados esperados - Texto limitado a uma página).

**Específicos:**

- (i) Orientar na elaboração do planejamento do evento (APO), cronograma e orçamento;
- (ii) Motivar na criação ou melhoramento de produtos;
- (iii) Apoiar no levantamento de custos e formação do preço de venda;
- (iv) Identificar se os princípios canais de comercialização (público e privado);
- (v) Assessorar os processos produtivos focando a qualidade dos produtos.
- (vi) Nortear na divulgação do evento e produtos;
- (vii) Diagnosticar a viabilidade do negócio.

**FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:** (Explicitação detalhada dos fundamentos teóricos que orientaram a proposta - Texto limitado a duas páginas).

Conforme esclarece FAZENDA (2005) a palavra **interdisciplinaridade** evoca a “disciplina” como um sistema constituído ou por constituir, e a interdisciplinaridade sugere um conjunto de relações entre disciplinas (Teoria Geral da Administração II, Introdução ao empreendedorismo, matemática Financeira, Administração de materiais e recursos patrimoniais II, Administração mercadológica I, Gestão pública) de forma que estas são abertas à novas relações que se vai descobrindo. Interdisciplinar é toda interação existente dentre duas ou mais disciplinas no âmbito do conhecimento, dos métodos e da aprendizagem das mesmas. Interdisciplinaridade é o conjunto das

interações existentes e possíveis entre as disciplinas nos âmbitos indicados. Pode ser considerada ainda como uma forma de articulação no processo de ensino e de aprendizagem, vista como uma atitude. Ou seja, pode ser uma nova forma de repensar a educação (MORIN, 1993), uma solidez para as opções metodológicas do ensinar (GADOTTI, 2004) e ainda, um componente orientador na formação de profissionais da educação (PIMENTA, 1996).

Quando as disciplinas passam a conversar, tendem a diminuir os “gaps” existentes entre elas de forma a tornar uma base sólida como suporte aos acadêmicos na elaboração dos modelos de negócios que os mesmos desejarem.

O **modelo de negócio** ou (*Business Model Canvas*), foi criado por Alex Osterwalder e Yves Pigneur, e auxilia no planejamento e visualização das principais funções de um negócio e suas relações integradoras com a organização como um todo. De acordo com esses autores, as principais fases que compõe a ferramenta “Canvas” são: segmentação de clientes, elaboração da proposta de valor, identificação dos canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades chave, principais parcerias e custos (SEBRAE, 2013).

Quanto à **aplicabilidade** é a qualidade do que ocasiona um efeito; característica do que se consegue aplicar, empregar, colocar em prática: aplicabilidade das normas. Com o uso do modelo, a proposta é proporcionar uma visualização completa dos processos da organização, possibilitando inovar, estabelecendo uma proposta de valor única para o empreendimento. O principal benefício do modelo é a sua simplicidade de aplicabilidade prática. Num geral, consiste em definir objetivamente: (i) O que vou fazer? A resposta é a proposta de valor; (II) Para quem vou fazer? A ideia é definir o público consumidor e as melhores maneiras de se relacionar com ele; (III) Como vou fazer? O objetivo é descobrir quais são os principais recursos, atividades e parceiros (IV) Quanto vou gastar? A finalidade é saber quais são as receitas e qual será a estrutura de custo para viabilizar o negócio (SEBRAE, 2013).

Para aproveitar bem a ferramenta, os acadêmicos precisam saber que cada um desses blocos estão relacionados com os demais e que os ajustes em cada fase podem ser feitos a qualquer momento, quantas vezes forem necessárias, para que seja possível perceber o negócio como um todo. Assim também como deve ocorrer com os conteúdos de cada disciplina correlacionando com as demais durante todo o projeto nas rotinas das aulas.

**METODOLOGIA E ESTRATÉGIA DE AÇÃO:** (Descrever a metodologia a ser empregada na execução do projeto e a estratégia adotada para alcançar os objetivos propostos. Indicação do público alvo e do número estimado de pessoas beneficiadas - Texto limitado de duas páginas).

A metodologia é caminho utilizado para o cumprimento das atividades inerentes a esse projeto. Portanto, neste item descreveremos como o projeto será realizado para atender os objetivos propostos. De acordo com Costa *et. al* (2013) a metodologia de suporte contínuo é a ideal para esse tipo de atividade interdisciplinar. Esses autores aplicaram essa metodologia com um grupo de mulheres produtoras rurais da comunidade Vale do Sol II (Frutos do Vale) em parceria com a Universidade (UNEMAT) por meio de um projeto de extensão e ao subsidiar o núcleo de produção com o suporte contínuo, as produtoras tornaram-se aptas na adequação das mudanças necessárias para a obtenção do Selo de Inspeção Municipal (SIM) o que contribuiu para a credibilidade da qualidade dos produtos fabricados. Além, pode-se afirmar que essa metodologia permitiu que houvesse absorção de conhecimentos quando os envolvidos aplicavam na prática os procedimentos

de boas práticas e utilizavam as ferramentas gerenciais no negócio. Por meio dessa metodologia o núcleo continua fazendo a gestão de forma sustentável, requerendo esporadicamente suporte dos profissionais da Universidade em suas necessidades. Sendo assim, ao adotar essa metodologia, cada professor durante as aulas deverá oferecer suporte contínuo aos acadêmicos fazendo referência dos conteúdos na aplicação prática do modelo de negócio.

Para atender os objetivos (i e v) durante as aulas de TGA II, os acadêmicos deverão elaborar o planejamento do evento (APO), cronograma e orçamento e dar ênfase nos processos produtivos focando a qualidade dos mesmos.

Já no objetivo (ii) deverá ser atendido durante as aulas de introdução ao empreendedorismo que consiste na motivação para a criação ou melhoramento de produtos.

Os objetivos (iv e vi) que consiste na identificação dos princípios canais de comercialização (privado) e divulgação do evento e produtos, o suporte deverá ocorrer durante as aulas de Administração Mercadológica I. No entanto, o mesmo objetivo (vi), porém com foco na venda de canais de comercialização de ordem público, o suporte ocorrerá durante as aulas de Gestão Pública.

Para concretizar os objetivos (iii) quanto ao apoio para o levantamento de custos e formação do preço de venda e (vii) diagnósticos da viabilidade do negócio, o baluarte se dará por meio das aulas de matemática Financeira e Administração de materiais e recursos patrimoniais II.

**ATIVIDADES:** (Descrever e enumerar todas as atividades a serem desenvolvidas a fim de alcançar os objetivos específicos - Texto limitado a duas páginas).

Fase 1- Para a execução das atividades, inicialmente é proposto aos acadêmicos a elaboração dos planos: Planejamento das ações, cronograma e orçamento. Na sequência é necessário que os mesmos desenvolvam protótipos dos produtos para levantar os custos e elaborar o preço de venda. Nessa fase ainda requer uma apresentação a todos os envolvidos para ajustes e contribuições. Poderá ainda ser oferecidos aos acadêmicos, palestras, mesas redondas com profissionais da Contabilidade Comercial, Tributária e Contabilidade Pública, para dirimir dúvidas quanto à formalização legal das empresas.

Fase 2 - Com a assessoria dos professores durante as aulas os acadêmicos receberão assessoria para concretizar a fabricação. Posteriormente deverão fazer a divulgação e comercialização dos produtos;

Fase 3 – Será necessário fazer a organização do local do evento (saguão de entrada da UNEMAT campus de Tangará da Serra), organizar a comercialização em data específica prevista no cronograma. Na sequência todos os grupos (empresas/ modelo de negócio) deverão fazer a apuração dos resultados com uma segunda apresentação a todos os envolvidos (professores e acadêmicos). Será dada a abertura para que os acadêmicos também avaliem a atividade.

**RESULTADOS ESPERADOS:** (Descrever quais resultados serão alcançados ao final do projeto - Texto limitado a uma página).

Espera-se que os acadêmicos tornem-se capazes de elaborar o planejamento do modelo de negócio e organizar o evento com base nos conceitos teóricos da (APO), cronograma e orçamento. Que os professores envolvidos na atividade possam orientar os acadêmicos na criação ou melhoramento de produtos, dando suporte para o levantamento de custos e formação do preço de venda. Que os acadêmicos consigam definir os canais de distribuição e comercialização (público e privado) envolvendo a sociedade em geral. E por fim, após a produção com foco nos processos padronizados e

com qualidade, possam ser capazes de comercializar os produtos por eles fabricados, diagnosticando a viabilidade do negócio.

**FORMAS DE DIVULGAÇÃO:** (Descrever quais formas serão utilizadas para divulgar o projeto (participação/realização de eventos, elaboração de cartilhas, publicações, etc) - Texto limitado a uma página).

O projeto será divulgado no Portal da Unemat, *sites, facebook e WathsApp*

<http://portal.unemat.br/galeria/?idg=411>) e

<https://sites.google.com/site/admtgta/noticias-do-curso/iiencontro-cafecompesquisa>

Ocorrerá também a exposição física dos produtos no dia do evento na Unemat.

**CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES:** Especificar as atividades previstas e o período de duração. (Ver quadro a seguir - Texto limitado a duas páginas).

Nº	Atividades	Duração em meses	Data de início	Data de término
1	Definição dos grupos	01	13/09/17	15/09/17
2	Apresentação do regulamento do projeto	01	15/09/17	15/09/17
3	Desenvolvimento da ideia do produto	01	16/09/17	30/09/17
4	Desenvolvimento do Modelo de Negócio Canvas	01	20/09/17	10/10/17
5	1ª Seminário	01	11/10/17	11/10/17
6	Fabricação dos produtos	01	11/10/17	11/11/17
7	Levantamento de custos, formação de preço de venda e viabilidade do negócio.	03	11/10/17	10/01/18
8	Divulgação e Vendas	01	10/11/17	13/01/18
9	Dia do Evento "Café com Pesquisa" no campus	01	13/11/17	13/11/17
10	Análise do retorno	01	14/11/17	20/01/18
11	2ª Seminário	01	27/01/18	27/01/18
12	Suporte contínuo dos professores aos grupos	12	04/09/2017	04/09/18

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS** (Texto limitado a uma página)

COSTA, R. M. et. al. A gestão da ECS na prática e as perspectivas de inovação no núcleo de produção das mulheres da comunidade Vale do Sol II em parceria com a Universidade. In 8. CONGRESSO INTERNACIONAL RULESCOOP. 2013, **Anais**. São Leopoldo – RS, pp. 99 -100.

FAZENDA, I. C. A. (org.). **Práticas interdisciplinares na escola**. 10 ed. São Paulo: Cortez, 2005.

GADOTTI, M. **Escola cidadã**. São Paulo: Cortez: Autores associados, 2004. (Coleção polêmicas do nosso tempo v. 50) 78 p.

MORIN, E. Sociedade pós industrial. **World media – Suplemento do jornal Folha de São Paulo**, 12/12, 1993. Disponível em: <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1287224/mod\\_resource/content/1/Pimenta\\_Form%20de%20profs%20e%20saberes%20da%20docencia.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1287224/mod_resource/content/1/Pimenta_Form%20de%20profs%20e%20saberes%20da%20docencia.pdf)>. Acesso em: 10 de out. 2017.

PIMENTA, S. G. Formação de Professores: saberes da docência e identidade do professor. **Revista Faculdade de Educação**. São Paulo, vol. 22, n2, 1996.

SEBRAE. **O quadro de modelo de negócios**. Cartilha 2013. Disponível em: <[https://www.sebraecanvas.com.br/downloads/cartilha\\_canvas.pdf](https://www.sebraecanvas.com.br/downloads/cartilha_canvas.pdf)> Acesso em: 25 de set. 2017.

**Tangará da Serra, 06 de Dezembro de 2017.**

---

**Coordenadora do Projeto de Ensino e Extensão**