

## CEST: MISSÃO E VISÃO

<b>Missão</b>	<i>Promover educação superior de excelência, formando profissionais competentes e éticos, cidadãos comprometidos com o desenvolvimento da sociedade e com o segmento das pessoas com deficiência, conscientes de sua função transformadora.</i>
<b>Visão</b>	<i>Ser referência regional em educação superior, reconhecida pela excelência de sua atuação e compromisso social.</i>

## DADOS DA DISCIPLINA

CÓDIGO	NOME	CH TOTAL	PERÍODO
1296	<b>GESTÃO EMPREENDEDORA E MARKETING EM GASTRONOMIA</b>	<b>40h</b>	<b>1º</b>

## EMENTA

Empreendedorismo: conceito e evolução. Competência empreendedora. Gestão empreendedora: fatores facilitadores e inibidores. O empreendedor e a Ética no empreendedorismo. Plano de Negócios para unidades gastronômicas: análise ambiental, análise da viabilidade financeira e estratégias. Fontes de financiamento. Aspectos jurídicos e legais de novos empreendimentos. Marketing de Serviços: características e estratégias. Importância do marketing no comércio de alimentos e bebidas. Comportamento do Consumidor: processo de decisão do consumidor e fatores influenciadores. Desenvolvimento de estratégias e planos de marketing. Aspectos da formulação estratégica de produto, preço, distribuição e comunicação. Plano de marketing na área de Gastronomia.

## OBJETIVOS

<p><b>GERAL</b> Desenvolver habilidades necessárias ao perfil de empreendedor, com vistas à criação e gestão de negócios inovadores em Gastronomia.</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b> Identificar seu perfil empreendedor, por meio de autoconhecimento sobre potencialidades e atitudes. Compreender o processo empreendedor, da geração de ideias até a viabilização de um negócio, para aplicação na prática profissional. Entender as ferramentas de criação de modelo de negócio e planejamento de negócios em gastronomia, tendo em vista sua utilização. Compreender o processo de decisão do consumidor para a elaboração de estratégias de marketing de novos negócios.</p>
--

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

<p><b>UNIDADE I: PERFIL EMPREENDEDOR (CONHECE-TE A TI MESMO) - 6h</b> 1.1 Autoconhecimento e Perfil empreendedor 1.2 O processo empreendedor</p> <p><b>UNIDADE II: MODELOS DE NEGÓCIO (TIRE AS IDEIAS DA CABEÇA) - 8h</b> 2.1 Entenda seu contexto (ambiente, tendências, oportunidades) 2.2 Entenda seu cliente (personas, empatia, proposta de valor) 2.3 Entenda seu negócio (modelo de negócio) 2.4 Produto Mínimo Viável (PMV)</p> <p><b>UNIDADE III: MARKETING ESTRATÉGICO (A EXPERIÊNCIA DO ENCANTAMENTO) - 12h</b> 3.1 Planejamento Estratégico de Mktg (marketing de serviços) 3.2 Comportamento do consumidor (processo decisório de compra) 3.3 Comportamento do consumidor (fatores de influência)</p> <p><b>UNIDADE II: PLANO DE NEGÓCIO (FAÇA ACONTECER) - 14h</b> 4.1 Plano de negócio para Gastronomia 4.2 "Pitch" (como "vender" seu negócio e atrair parceiros). 4.3 Fontes de financiamento. 4.4 Passo a passo para abertura de empresas.</p>
--

## PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aula expositiva e dialogada; trabalhos em grupos, apresentação de vídeos, estudo de casos e leitura, discussão de textos e resenha de livro. Debates. Depoimentos de empresários e/ou administradores em exercício.

## TRABALHOS DISCENTES EFETIVOS – TDE's

TDE 1 - Artigo científico

Atividade: leitura, análise e resumo de artigo científico em sala de aula e/ou discussão grupal (*fishbowl*) / (30% na 1ª AVALIAÇÃO) - 4h

TDE 2 - Texto acadêmico. Referência: NAKAGAWA, Marcelo. **Plano de Negócio**: teoria geral. Barueri, São Paulo: Manole, 2011.

Atividade: leitura, análise e resumo do texto ou discussão grupal (*fishbowl*) / (30% na 2ª AVALIAÇÃO) - 4h

## RECURSOS DIDÁTICOS

Recursos audiovisuais: revistas, textos, artigos, quadro branco e acessórios, Datashow e DVD. Telas dos canvas de empatia, proposta de valor, persona e modelo de negócio (impressos).

## SISTEMA DE AVALIAÇÃO

A avaliação tem caráter processual e diagnóstico, objetivando o acompanhamento do desempenho do aluno no decorrer da disciplina, para tanto, devem ser considerados aspectos qualitativos como a participação ativa nas aulas e atividades acadêmicas, o relacionamento aluno-professor e aluno-aluno, a cooperação, a competência fundamentada na segurança dos conhecimentos adquiridos, a autonomia para aprofundar os conhecimentos, a pontualidade, o cumprimento de prazos na entrega de trabalhos, dentre outros.

Cotidianamente, a cada aula, a avaliação ocorrerá com base em procedimentos como: discussão de temas relacionados aos conteúdos; exercícios escritos; produção textual; estudos dirigidos etc.

Além dos aspectos qualitativos, serão observados os critérios objetivos regimentais: frequência mínima de 75% da carga horária da disciplina e três notas parciais (uma por mês, a cada 1/3 do conteúdo trabalhado, cumulativamente ou não) que serão compostas da seguinte forma:

- avaliações escritas individuais com peso de 100% quando admitirem, em seu conteúdo, questões referentes ao texto acadêmico;

- avaliações escritas individuais (provas) na proporção mínima de 70%, quando associadas a atividades acadêmicas individuais, cuja proporção será de até 30% para a composição da nota.

Estão previstas como atividades acadêmicas:

- leitura, análise e resumo de artigo científico em sala de aula, que comporá a nota da 1ª avaliação, na proporção de 30%.

- leitura, análise e resumo de texto acadêmico, que comporá a nota da 2ª avaliação, na proporção de 30%.

- estudos de casos.

Em consonância às normas institucionais, não obtendo média para aprovação a partir das três notas parciais, o discente automaticamente estará inscrito para realizar a prova substitutiva e, caso ainda não seja aprovado, mas tendo alcançado a média quatro, se submeterá à prova final.

## ARTIGO CIENTÍFICO E TEXTO PARA ATIVIDADES ACADÊMICAS

Texto acadêmico.

- Referência: NAKAGAWA, Marcelo. **Plano de Negócio**: teoria geral. Barueri, São Paulo: Manole, 2011.

## BIBLIOGRAFIA

### BÁSICA

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmica. São Paulo: Atlas, 2012.

CAVALCANTI, M.; FARAH, O. E. **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Ed. Cengage Learning, 2011.

SANTOS, Keila dos. et al. **Startups e inovação**: direito no empreendedorismo. Barueri, SP: Manole, 2017. *E-book*



FACULDADE SANTA TEREZINHA - CEST  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE TECNOLOGIA EM GASTRONOMIA  
PLANO DE ENSINO

**COMPLEMENTAR**

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos (Orgs.). **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: CENGAGE, 2016.

MENDES, Jerônimo; ZAIDEN FILHO, Lússéf. **Empreendedorismo para jovens**: exemplos reais e exercícios para alinhar a sua vocação com o seu projeto de vida. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ZENONE, Luiz Claudio. **Marketing de relacionamento**: tecnologia, processos e pessoas. São Paulo: Atlas, 2010.

Coordenação do Curso de Tecnologia em Gastronomia