

MISSÃO E VISÃO

Missão	<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>
Visão	<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	HORÁRIO
1296	EMPREENDEDORISMO, MARKETING E HABILIDADES DE COMUNICAÇÃO	40H	1º	NOTURNO

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

GERAL

Desenvolver habilidades necessárias ao perfil de empreendedor, com vistas à criação e gestão de negócios inovadores em Gastronomia.

ESPECÍFICOS

- 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.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I: PERFIL EMPREENDEDOR E HABILIDADES DE COMUNICAÇÃO- 6h

- 1.1 Autoconhecimento e Perfil empreendedor
- 1.2 O processo empreendedor
- 1.3 Habilidades e competências de comunicação

UNIDADE II: MODELOS DE NEGÓCIO - 8h

- 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)

UNIDADE III: MARKETING ESTRATÉGICO (A EXPERIENCIA DO ENCANTAMENTO) - 12h

- 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)

UNIDADE IV: PLANO DE NEGÓCIO (FAÇA ACONTECER) - 14h

- 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.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

UNIDADE I – Sala de aula invertida, aplicação e conhecimento do Design Thinking. Exposição dialógica com envio de conteúdos na plataforma e exposição oral acompanhada de slides, vídeos e imagens interativas,

UNIDADE II – Uso e Aplicação de metodologia ativa GVGO.

UNIDADE III - Sala de aula invertida. Leitura de textos selecionados de acordo com a bibliografia. Atividades Práticas em sala de aula a partir das leituras do texto (Peer Instruction, Gamificação, construção coletiva de mapa mental, teatralização, etc).

UNIDADE IV – Conteúdo aplicado em formato de Design Thinking para ideação de Produto Gastronômico.

ATIVIDADES METODOLÓGICAS ASSOCIADAS À EXTENSÃO

Será realizada associação com o conteúdo de Habilidades de Comunicação e Responsabilidade Social na construção do Produto Gastronômico a ser trabalhado ao longo da disciplina.

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 E TECNOLOGIA EDUCACIONAL APLICADA

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

SISTEMA DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

- INSTRUÇÕES BÁSICAS

A avaliação tem caráter processual (diagnóstico, formativo e somativo), 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; construção de mapas mentais, produção textual; estudos dirigidos; demais atividades avaliativas correlacionadas aos objetivos da unidade de estudo

Além dos aspectos qualitativos, serão observados critérios objetivos com base nas normativas institucionais:

- a) frequência mínima de 75% da carga horária da disciplina;
- b) 2 (duas) avaliações formais (provas), cada uma na proporção mínima de 70% para composição da nota;
- c) atividades acadêmicas individuais, na proporção de até 30% para a composição da nota, quando se fizerem complementar à prova.

As três notas parciais exigidas ao aluno, obedecida a Resolução nº 015/2020 – CEPE, serão obtidas da seguinte forma: realização de 02 (duas) avaliações formais, das quais resultarão 02 (duas) Notas Parciais, sendo que, para constar no Sistema Acadêmico, a 3ª Nota Parcial será registrada a partir da repetição da maior nota dentre as notas obtidas nas 02 (duas) avaliações formais;

As 1ª e 2ª Notas Parciais, resultantes da primeira e da segunda avaliação formal, respectivamente, serão compostas pela junção da aplicação remota de um instrumento avaliativo formal (qualitativo ou quali quantitativo) com o desenvolvimento, das atividades acadêmicas propostas pelo docente, pelo aluno, durante o período preparatório e antecedente à data da aplicação do instrumento avaliativo formal.

A aplicação dos **instrumentos avaliativos formais** será feita por meio remoto e terá peso de, no mínimo, 70% (setenta por cento), na composição das Notas Parciais, da seguinte forma:

a) a avaliação quali quantitativa será elaborada nos moldes da Resolução CEPE nº 072/2011 Consolidada e aplicada presencialmente.

b) a avaliação qualitativa será realizada com base no instrumento avaliativo qualitativo, conforme a Resolução nº 015/2020.

Dentre as **atividades acadêmicas** previstas pelo docente, devem ser consideradas:

a) de forma obrigatória para composição da nota da 1ª ou da 2ª avaliação:
- a leitura e interpretação do artigo científico que subsidiarão uma produção textual a ser feita pelo aluno, individualmente, a partir de um tema ou questionamentos propostos pelo professor, com base no artigo indicado; essa produção terá peso de 30% na composição da nota.

b) de forma opcional para composição da outra avaliação para a qual não foi adotado o artigo:

- TDE: caso seja pontuado, poderá ser aproveitado para composição de uma da nota no percentual de até 30%; ou

- outra atividade que o docente julgar pertinente para aprofundamento da aprendizagem e consolidação dos conteúdos poderá ser aproveitada para composição da nota no percentual de até 30%.

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.

- PROPOSTA DE AVALIAÇÃO DA DISCIPLINA:

AV1:

Tipo: Qualitativa.



AV2:

Tipo: Quali-Qualitativa.

ARTIGO CIENTÍFICO E TEXTO PARA ATIVIDADES ACADÊMICAS

Texto acadêmico.

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

REFERÊNCIAS

Bibliografias básicas

DZIURA, G. L. **Espírito empreendedor**. 1ª ed. Curitiba: Contentus, 2020. *E-book*.

DOMINGOS, R. **Como empreender com o equilíbrio financeiro**. 1ª ed. Editora DSOP, 2013. *E-book*.

HOOLEY, G. et al. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 4ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010. *E-book*.

Bibliografia complementar

KEEGAN, W. J. **Marketing global**. 7ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005. *E-book*.

MAGALHÃES, M. F.; SAMPAIO, R. **Planejamento de marketing**. 1ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007. *E-book*.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007. *E-book*.

OGDEN, J. R.; CRESCITELLI, E. **Comunicação integrada de marketing**. 2ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007. *E-book*.

KOTLER, P. et al. **Marketing de lugares: como conquistar o crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe**. 1ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005. *E-book*.

GUIMARÃES, T. C. **Comunicação e linguagem**. 2ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018. *E-book*.

São Luís/MA
2023

Aprovado em Conselho de Curso no dia

___/___/___