

CEST: 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
1185	EMPREENDEDORISMO	40h	8º

EMENTA

Empreendedorismo: definições e conceitos. Competência empreendedora. Gestão empreendedora: fatores facilitadores e inibidores. O empreendedor. Oportunidade de negócios. O processo de criação de novos empreendimentos. Definição de atributos de novos negócios. Aspectos jurídicos e legais de novos empreendimentos. A nova geração de empresas empreendedoras.

OBJETIVOS

GERAL

Desenvolver competências e atitudes condizentes com o perfil empreendedor para a criação de negócios inovadores, tendo por base o conhecimento de fundamentos teóricos e práticos que subsidiem sua atuação.

ESPECÍFICOS

Entender a base teórica sobre criação e gestão de novos negócios, com fins de desenvolvimento de competência empreendedora.

Destacar o perfil empreendedor, potencializando seus pontos fortes e neutralizando seus pontos fracos.

Compreender como funciona o processo empreendedor, da geração de ideias à viabilização de um negócio.

Reconhecer a importância de construir um modelo de negócio inovador.

Elaborar um Plano de Negócios voltado ao planejamento, organização, gestão, operacionalização e manutenção sustentável de um empreendimento

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I: PERFIL EMPREENDEDOR (autoconhecimento) – 4h

- 1.1 Sonho grande
- 1.2 Características do comportamento empreendedor, personalidade, inteligências múltiplas
- 1.3. O processo empreendedor.

UNIDADE II: MODELOS DE NEGÓCIO (tire as ideias da cabeça) – 12h

- 2.1 Gestão estratégica para criação de valor.
- 2.2 Entenda seu contexto (ambiente, tendências, oportunidades disfarçadas)
- 2.3 Entenda seu cliente (personas, empatia, proposta de valor)
- 2.4 Entenda seu negócio (modelo de negócio).
- 2.5 Produto Mínimo Viável (PMV).

UNIDADE III: MARKETING ESTRATÉGICO (crie a experiência) – 12h

- 3.1 Planejamento estratégico de marketing (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) – 12h

- 4.1 Plano de negócio para negócios nascentes
- 4.2 Fontes de financiamento.
- 4.3 “Pitch” (como “vender” seu negócio e atrair parceiros).

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas expositivas dialogadas; Atividades individuais e em equipes; Estudos de casos; vídeos; Debates; Apresentações de convidados externos (profissionais administradores, empresários, etc).

TRABALHOS DISCENTES EFETIVOS – TDE's

1º TDE (30%) / 1ª AVALIAÇÃO: Artigo científico. Referência: BLANK, Steve. Por que o movimento *lean startup* muda tudo. **Harvard Business Review Brasil**, São Paulo: RFM Editores, v. 91, n. 5, p. 34-41, mai./2013. Atividade: leitura e interpretação de artigo científico, e redação cujo conhecimento será requisitado em prova por meio de questões e/ou discussão grupal (*fishbowl*).

2º TDE (30%) / 2ª AVALIAÇÃO: Texto acadêmico. Referência: NAKAGAWA, Marcelo. **Plano de Negócio:** teoria geral. Barueri, São Paulo: Manole, 2011. Atividade: leitura e interpretação de texto, cujo conhecimento será requisitado em prova por meio de questões e/ou discussão grupal (*fishbowl*).

Total: 8h

RECURSOS DIDÁTICOS

Projektor multimídia; telão; caixas de som, Livros; Textos; Periódicos; tela do canvas, empatia, proposta de valor, persona (impressos); Quadro, apagador, caneta para quadro branco.

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; estudo dirigido, estudo de casos, análises de peças jurídicas etc.

Além dos aspectos qualitativos, serão observados os critérios objetivos regimentais:

a) frequência mínima de 75% da carga horária da disciplina;

b) três notas parciais (uma por mês, a cada 1/3 do conteúdo trabalhado, cumulativamente ou não) que serão compostas da seguinte forma:

- avaliação escrita individual com peso de 100% quando admitir, em seu conteúdo, questões referentes ao texto acadêmico;

- avaliações escritas individuais 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:

a) leitura e interpretação do artigo científico que subsidiarão uma produção textual a ser feita pelo aluno, individualmente, em sala de aula, a partir de um tema ou questionamentos propostos pelo professor, com base no artigo indicado; essa produção terá peso de 20% ou 30% na composição da nota da 2ª ou 3ª avaliação, conforme correlação entre artigo e conteúdo trabalhado;

b) outras atividades que se fizerem necessárias de acordo com a complexidade dos conteúdos.

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 4,0 (quatro), se submeterá à prova final.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Cengage Learning, 2010.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

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

COMPLEMENTAR

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

FERREIRA JUNIOR, Achilles Batista, RIEPING, Marielle. **iTrends: uma análise de tendências e mercados**. São

Paulo: Editora Intersaberes, 2014. *E-book*

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

PESCE, Bel. **A Menina do Vale** - como o empreendedorismo pode mudar sua vida. Ed. Casa da Palavra, 2013.

REIS, Dácio Roberto dos. **Gestão da inovação tecnológica. 2. ed.** São Paulo: Editora Manole, 2016. *E-book*

Coordenação do Curso de Sistemas de Informação