



PLANO DE ENSINO

CURSO	Engenharia Eletrônica	MATRIZ	44
--------------	-----------------------	---------------	----

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL	Nº 089/09 – COEPP de 11 de setembro de 2009.
----------------------------	--

DISCIPLINA/UNIDADE CURRICULAR	CÓDIGO	PERÍODO	CARGA HORÁRIA (horas)		
			Teórica	Prática	Total
Empreendedorismo	LT39C	9	30		30

PRÉ-REQUISITO	Não há
EQUIVALÊNCIA	

OBJETIVOS

Identificar oportunidades de negócio e organizar os meios necessários para explorá-las em um ambiente empresarial, bem como compreender o cenário em que o empreendedor atua os riscos, e as recompensas da iniciativa empreendedora.

EMENTA

O empreendedor e a economia de mercado; O mercado e as oportunidades de negócios; O empreendedor e os fatores de sucesso empresarial; Plano de negócio; Marketing pessoal do gerente empreendedor e medidas de qualidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

ITEM	EMENTA	CONTEÚDO
1	O mercado e as oportunidades de negócios	Identificar as necessidades e aspectos emergentes do mercado atual e, abordando conceitos e noções básicas de mercado e os novos desafios da realidade brasileira; Compreender os conceitos básicos e o papel da pequena empresa no mercado atual.
2	O empreendedor e a economia de mercado	Compreender a importância de novas empresas no cenário atual, relacionando empregabilidade x estabilidade.
3	O empreendedor e os fatores de sucesso empresarial	Conhecer elementos essenciais ao empreendedorismo, motivando o aluno a criar, definir e aprender a partir da ação; Conhecer os conceitos e importâncias do empreendedorismo e do empreendedor; Identificar o perfil do novo profissional para atuar no mercado atual visando o empreendedor como agente de mudanças.
4	Marketing pessoal do gerente empreendedor	Identificar as aptidões necessárias para o bom relacionamento com as pessoas; Relacionar a importância das habilidades de comunicação, negociação e inovação;
5	Plano de negócio	Identificar oportunidades para transformarem as ideias do educando em ação, desenvolvendo um roteiro de planejamento e criação de uma empresa, desenvolvendo o plano de negócio.

REFERÊNCIAS

Referências Básicas:

BIAGIO, Luiz Arnaldo. **Plano de Negócios: estratégia para micro e pequenas empresas**. São Paulo: Manole, 2005. DEGEN R. **O empreendedor fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: Mcgraw-Hill. 1989.

WESTWOOD, John. **Como preparar um plano de marketing**. São Paulo: Clio, 1996. 134 p.: ISBN 8586234087 (broch.)

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Ed. São Paulo: Atlas.

Referências Complementares:

CASTOR, Belmiro Valverde Jobim et al. **Empreendedorismo tecnológico**. Curitiba: IEP, 2009.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo. Transformando idéias em negócios**. 4ed. São Paulo: Campus, 2012.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 2002. 378 p. ISBN 85-221-0085-3

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira; TAMADA NETO, Mario; FRIEDLAENDER JUNIOR, Romeu Herbert (Coord.). **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba, PR: IBQP-PR, 2010.

GONÇALVES, Carlos Alberto; GONÇALVES FILHO, Cid; REIS NETO, Mário Teixeira. **Estratégia empresarial: o desafio das organizações**. São Paulo: Saraiva, 2006.

INSTITUTO EUVALDO LODI. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. 2.ed. Brasília: CNI, 2001.

EMPREENDEADORISMO na era do conhecimento. Florianópolis: Visual Books, 2006. 188 p.

Assinatura do Professor

Assinatura do Coordenador do Curso