



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ  
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO

## **PLANO DE ENSINO**

<b>I – IDENTIFICAÇÃO</b>	
<b>Curso:</b>	Administração
<b>Disciplina:</b>	Empreendedorismo

<b>Ano Letivo:</b>	2017
<b>Semestre:</b>	4º Semestre
<b>Turma:</b>	5 ADM/2016/1
<b>Turno:</b>	6N12345 Noite
<b>Carga Horária:</b>	60h
<b>Nome do Professor:</b>	Kamila Pereira Tavares

<b>II – EMENTA</b>
Introdução ao empreendedorismo; A motivação na busca de oportunidades; Análise de mercado; Princípios fundamentais de marketing; Business Model Generation (Canvas); Empreendedorismo corporativo e social; Estudo de Viabilidade: Plano de Negócios: Apresentação; Produtos e serviços; Mercado e Competidores; Marketing e venda; Estratégia de Marketing e Crescimento; Plano operacional e financeiro; e Apresentação dos Planos de Negócios.

<b>III – OBJETIVOS DA DISCIPLINA</b>
Proporcionar ao acadêmico o conhecimento das características empreendedoras, a busca das oportunidades de negócios e o desenvolvimento do plano de negócios de empresas para maior compreensão da disciplina.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Proporcionar ao aluno uma visão do empreendedorismo;</li><li>• Demonstrar a importância do empreendedorismo no cenário local e nacional;</li><li>• Debater características e perfil do empreendedor;</li><li>• Desenvolver a capacidade do discente do instrumento de empreendedorismo Business Model Canvas, corporativo e social;</li><li>• Desenvolver a capacidade do discente da confecção do Plano de Negócio.</li></ul>

<b>IV – METODOLOGIA DE ENSINO</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• As aulas de fundamentação teórica serão preferencialmente ministradas no 1º horário. No segundo horário serão realizados exercícios individuais ou em grupo com o objetivo de aplicar a prática administrativa os conceitos desenvolvidos na aula.</li><li>• Serão realizados exercícios envolvendo a participação direta dos alunos na apresentação dos conteúdos programados.</li><li>• Elaboração do Plano de Negócios para maior assimilação do conteúdo pelo discente.</li><li>• Sempre que possível as aulas serão ministradas com apoio de data show ou ferramentas facilitadoras. Artigos de revistas científicas também poderão ser utilizados.</li></ul>



## V – CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1) Introdução ao Empreendedorismo	<ul style="list-style-type: none"><li>-Definições</li><li>-Surgimento e principais frentes de estudo</li><li>-Formas de empreendedorismo (Oportunidade x Necessidade)</li><li>-Perfil do empreendedor (Comportamento e Personalidade)</li><li>-Características (Habilidades, competências, criatividade e visão de negócio)</li><li>-Importância para a Economia</li><li>-O empreendedorismo no Brasil</li><li>-Contexto brasileiro vs Contexto mundial</li></ul>
2) A Motivação na busca de oportunidades	<ul style="list-style-type: none"><li>-As crises e as oportunidades</li><li>-A globalização e os novos negócios (Startups)</li><li>-A busca e identificação de novas Oportunidades</li><li>-Tipos e tamanhos de empresas.</li></ul>
3) Análise de mercado	<ul style="list-style-type: none"><li>-Principais conceitos de marketing</li><li>-Estratégias de marketing (4P's)</li><li>-Posicionamento</li><li>-Premissas para projeção de vendas</li><li>-Cenários de projeção de vendas</li><li>-Análise estratégica (SWOT)</li><li>-Apresentar estratégias básicas de crescimento</li><li>-Plano de expansão e cronograma</li></ul>
4) Princípios fundamentais de marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>-Princípios fundamentais de marketing para a empresa emergente;</li><li>-Principais conceitos de marketing</li><li>-Estratégias de marketing (4P's)</li></ul>
5) Business Model Generation (Canvas)	<ul style="list-style-type: none"><li>-Conceito da Ferramenta</li><li>-Aplicação e experiência</li></ul>
6) Empreendedorismo Corporativo	<ul style="list-style-type: none"><li>-Conceitos</li><li>-Empreendedorismo corporativo como estratégia de crescimento</li><li>-Agentes</li><li>-Papel da empresa</li><li>-Entrega das entrevistas com empreendedor</li></ul>
7) Empreendedorismo Social	<ul style="list-style-type: none"><li>-Conceitos de empreendedorismo social</li><li>-Empreendedor social x Empreendedor de negócios</li><li>-Desafios do empreendedor social</li><li>-Empreendedorismo social no Brasil</li><li>-Plano de negócios para o empreendedor social</li></ul>
8) Estudo de Viabilidade; Plano de Negócios: Apresentação	<ul style="list-style-type: none"><li>- Definição e Importância</li><li>- Sumário executivo</li><li>-Objetivos</li><li>-Público Alvo e proposta de valor</li><li>-Características</li><li>-Construção (estrutura)</li><li>-Aspectos de um Plano de Negócios</li><li>-Oportunidade e Conceito do Negócio</li><li>-Missão e visão</li><li>-Transformar ideias em Negócios</li></ul>



9) Estudo de Viabilidade; Plano de Negócios: Produtos e serviços	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Produtos e Serviços</li> <li>-Como apresentar os produtos e serviços da empresa</li> <li>-Aplicações e formas de consumo</li> <li>-Tecnologia, diferenciais e inovação</li> <li>-Como serão comercializados</li> <li>-Ciclo de vida e matriz BCG</li> </ul>
10) Estudo de Viabilidade; Plano de Negócios: Mercado e Competidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Análise macro (5 forças de Porter)</li> <li>-Dimensionamento do tamanho e crescimento de mercado</li> <li>-Tipos e aplicações de pesquisa de mercado</li> <li>-Pesquisa primária</li> <li>-Pesquisa secundária</li> <li>-Apresentar oportunidades e ameaças de mercado</li> <li>-Matriz comparativa dos competidores</li> </ul>
11) Estudo de Viabilidade; Plano de Negócios: Marketing e vendas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Análise de mercado</li> <li>-O setor</li> <li>-O tamanho do mercado</li> <li>-Oportunidade e ameaças</li> <li>-A clientela</li> <li>-Segmentação</li> <li>-A concorrência</li> <li>-Fornecedores</li> </ul>
12) Estudo de Viabilidade; Plano de Negócios: Estratégia de Marketing e Crescimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>-O produto</li> <li>-A tecnologia, ciclo de vida</li> <li>-Vantagens competitivas</li> <li>-Planos de Pesquisa e desenvolvimento P &amp; D</li> <li>-Preço</li> <li>-Distribuição</li> <li>-Promoção e propaganda</li> <li>-Serviços ao cliente (de venda e pós-venda)</li> <li>-Relacionamento com os clientes</li> </ul>
13) Estudo de Viabilidade; Plano de Negócios: Plano Operacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Determinação da infra-estrutura necessária</li> <li>-Equipamentos e layout</li> <li>-Previsão e políticas de recursos humanos</li> <li>-Determinação dos custos e despesas operacionais do negócio</li> </ul>
14) Estudo de Viabilidade; Plano de Negócios: Plano Financeiro	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Investimento inicial</li> <li>-Projeção de resultados</li> <li>-Projeção de fluxo de caixa</li> <li>-Ponto de equilíbrio</li> <li>-Análise de investimento</li> <li>-Tempo de retorno do investimento – <i>Payback</i></li> <li>-Tamanho e estrutura</li> <li>-Fontes de captação de recursos</li> <li>-Angels e Venture Capitalists</li> <li>-Programas do Governo (Financiamentos)</li> <li>-Incubadoras</li> <li>-Laudo de viabilidade</li> </ul>
15) Apresentação dos Planos de Negócios	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Exposição do Plano de Negócios</li> </ul>



## VI – AVALIAÇÃO

- No primeiro momento será realizada uma avaliação escrita;
- No segundo momento será realizada a apresentação de um Plano de Negócios em grupos.

De maneira geral, serão considerados os trabalhos desenvolvidos em sala de aula, os trabalhos em equipe, a participação individual e as provas escritas.

## VII – BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

## VIII – BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. São Paulo: LTC, 2014.

CHÉR, Rogério. **Empreendedorismo na veia: um aprendizado constante**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Porto alegre: Bookman, 2009.

BARON, Roberta A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

HINDLE, Tim. **Como administrar o tempo**. 2 ed. São Paulo: Publifolha, 2002  
PERSE, Bel. **A menina do vale: como o empreendedorismo pode mudar sua vida**. São Paulo: Casa da Palavra, 2012. Disponível em <http://www.ameninadovale.com/volume1/>

MARINS, Luiz. **Ninguém é empreendedor sozinho**. São Paulo: Saraiva, 2008. MENDES, Jeronimo. **Manual do empreendedor**. São Paulo: Atlas, 2009.

Kamilo Pereira Tauores

Assinatura do(a) Professor(a)

Coordenador(a) do Curso

Coordenador(a) do Curso de Administração  
Portaria — UNIFAP