

PLANO DE DISCIPLINA
DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR
NOME: EMPREENDEDORISMO
CURSO: TÉCNICO EM GEOLOGIA INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO
ANO: 4º
CARGA HORÁRIA: 2 A/S - 40 H/A – 33 H/R
DOCENTE RESPONSÁVEL: ANIUSKA ALMEIDA NEPOMUCENO FONTINELLI
EMENTA
Empreendedorismo e empreendedor. O empreendedorismo no Brasil e a nível mundial. Desenvolvimento de um Plano de Negócio. A constituição de uma empresa: passos para legalização. Estudo de Casos de Empreendedorismo Criatividade. Espírito empreendedor. Perfil do empreendedor. Definição, características
OBJETIVOS
Estimular o estudante a se tornar um empreendedor, bem como estimular o aluno para empreender sua função de maneira criativa e inovadora, buscando aprimorar o ambiente organizacional. Proporcionar ao aluno um momento de autoconhecimento, no sentido do despertar o espírito empreendedor e intra-empreendedor, Capacitar o aluno para elaboração de um Plano de Negócio Simplificado.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
<p>Unidade I</p> <p>1. Histórico e evolução do Empreendedorismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Interpretar os conceitos e a evolução da Administração e do Empreendedorismo. 1.2. Identificar o perfil e as características de um empreendedor, seu comportamento e fatores que o motivam para a criação de um negócio próprio. 1.3. Definição do empreendedorismo 1.4. Histórico do Empreendedorismo; 1.5. Definição do empreendedor; 1.6. O profissional empreendedor; 1.7. Administração empreendedora; 1.8. Motivação básica para empreender; 1.9. Características e perfil empreendedor; 1.10. O comportamento empreendedor; 1.11. Mitos do empreendedor; 1.12. Empreendedorismo social; 1.13. Estudos de Casos de empreendedorismo <p>Unidade II</p> <p>2. Plano de Negócio.</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Identificar aspectos e as diversas fases na elaboração e consolidação de um plano de negócio. 2.2. Conceitos básicos de um Plano de Negócio; 2.3. Objetivos de um Plano de Negócio;

2.4. O Plano de Negócio Simplificado;

2.5. Características e aspectos de um Plano de Negócio (Descrição da empresa, produtos e serviços, mercado e competidores, plano estratégico, plano de marketing e plano de recursos humanos)

2.6. Empreendedorismo e Marketing

METODOLOGIA DE ENSINO

Aulas expositivas; estudos de casos em grupos; debates; dinâmicas de grupo, seminários orientados; avaliação de aprendizagem.

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO APRENDIZAGEM

Frequência comprovada do estudante, participação nas aulas, estudos de casos, respostas às dinâmicas de grupo e avaliação escrita.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Quadro branco, pincel, retroprojetor, pesquisas e vídeos

REFERÊNCIAS

Básica

1. DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo, Cultura Editores Associados, 1999.
2. DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. Cultura Editores Associados. 1^a ed.(1999) São Paulo.
3. DOLABELA, Fernando. Pedagogia Empreendedora. Cultura Editores Associados. São Paulo, 2003.
4. DORNELA, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
5. Empreendedorismo e Estratégia/Havard Bussiness Review; tradução Fábio Fernandes. – Rio de Janeiro: Campus, 2002.
6. FREIRE, Andy. Paixão por empreender: como colocar suas ideias em prática: como transformar sonhos em projetos bem sucedidos. Tradução Maria José Cyhlar Monteiro. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
7. LEITE, Emanuel. O fenômeno do empreendedorismo. Recife: Bagaço. 2000

Complementar

8. MALFERRARI, C.J., DRUCKER, P.F. Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e princípios, 5^a edição. Pioneira, 1998.
9. MIRSHAWKA, Victor. Empreender é a solução. São Paulo: DVS Editora, 2004.
10. LODISH, Leonard M. Empreendedorismo e Marketing: lições do curso de MBA da Wharton. Tradução Roberto Galman. Rio de Janeiro: Campus, 2002.