



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
IFPB – Campus João Pessoa
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

PLANO DE DISCIPLINA

IDENTIFICAÇÃO

CURSO: Bacharelado em Administração

DISCIPLINA: FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES | CÓDIGO DA DISCIPLINA: TEC.0340

PRÉ-REQUISITO: Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais; Administração Financeira e Orçamentária; Administração de Produção - Operações de Manufatura e Serviços; Administração de Marketing; Administração de Pessoas

UNIDADE CURRICULAR: Obrigatória [X] Optativa [] Eletiva [] SEMESTRE: 7º

CARGA HORÁRIA

TEÓRICA: 67 h PRÁTICA: EaD: 12h

CARGA HORÁRIA SEMANAL: CARGA HORÁRIA TOTAL: 67 h

DOCENTES RESPONSÁVEIS: Fernanda de Araújo Nóbrega e Ilka Maria Soares Campos

EMENTA

1.O fenômeno empreendedorismo e seu impacto social; 2.O empreendedor: capacidades e habilidades psicológicas; 3. Os Tipos de empreendedorismo.4. A identificação de oportunidades e a Elaboração do Plano de Negócios.

OBJETIVOS

Geral

- Proporcionar ao aluno a compreensão e os conhecimentos dos principais conteúdos e da importância do empreendedorismo como fenômeno social, a identificação das características da personalidade empreendedora e suas capacidades cognitivas, assim como o conhecimento da conduta empreendedora e como gerir empreendedoramente. Saber como se elabora um plano de negócios, sua importância, objetivos e abrangência.

Específicos

- Mostrar a importância do fenômeno empreendedorismo nos dias atuais e como ele se tornou imprescindível na sociedade moderna.
- Definir o que é ser empreendedor e o empreendedorismo considerando distintas abordagens.
- Apresentar os diferentes tipos de empreendedorismo
- Explorar o conteúdo da personalidade empreendedora e das capacidades cognitivas do empreendedor.
- Definir a conduta empreendedora e a atitude empreendedora.
- Estimular os alunos a desenvolver atitudes empreendedoras.
- Apresentar o que é o intra-empreendedorismo.
- Desenvolver nos alunos a concepção de como planejar um empreendimento, desde os aspectos relacionados a identificação da oportunidade até os aspectos operacionais.
- Capacitar os alunos em habilidades que permitam identificar oportunidades de negócios, desenvolver e executar planos de negócios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

I. O EMPREENDEDORISMO E SEU IMPACTO SOCIAL

1. O contexto do empreendedorismo no mundo e no Brasil
2. Importância do empreendedorismo no campo econômico e social
3. Definições de empreendedorismo e empreendedor
4. O processo empreendedor
5. A dinâmica do mundo do trabalho

II. O EMPREENDEDOR: CAPACIDADES E HABILIDADES PSICOLÓGICAS

1. A personalidade empreendedora
2. Aspectos cognitivos do empreendedor
3. Motivação e conduta empreendedora
4. Inovação e conduta empreendedora

III. OS TIPOS DE EMPREENDEDORISMO

1. Os tipos de empreendedorismo
2. O intra-empreendedorismo
3. O empreendedorismo social



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
IFPB – Campus João Pessoa
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

4. O empreendedorismo coletivo
5. O empreendedorismo cultural

IV IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES E ELABORAÇÃO DE PLANO DE NEGÓCIOS

1. Como descobrir e avaliar uma oportunidade-
2. Conceito e propósitos de um plano de negócios (PN)
3. Formato, Estilo e elaboração do PN
 - A criação do modelo do negócio e da estratégia –
 - A estrutura organizacional e humana do negócio –
 - Aspectos operacionais do negócio (missão, localização, processo produtivo, instalações, máquinas e equipamentos)
 - Aspectos legais e jurídicos para abertura do negócio –
 - O marketing do negócio – O Plano de marketing
 - Aspectos financeiros e fiscais da gestão do negócio – Plano Financeiro
4. Apresentação e defesa do plano de negócios

METODOLOGIA DE ENSINO

A construção das competências pretendidas será facilitada por meio das seguintes estratégias:

- Aulas dialógicas, em sala de aula.
- Proposta de Interdisciplinaridade (Tratar os conteúdos inerentes a disciplina ofertada e o e contemplar o que há de comum entre outras disciplinas no âmbito do currículo, a exemplo; Teorias da Administração, Administração da Produção, Administração de recursos materiais e patrimoniais, Administração de marketing; Administração de Recursos Humanos, Administração Financeira, Economia e Contabilidade, Sistemas de Informação. (Importância dos conteúdos estudados com o antes, o durante e o depois, no âmbito da matriz curricular e o perfil do egresso proposto)
- Leituras e debates de textos e vídeos.
- Proposta de transversalidade (trazer a realidade para a sala de aula/ trabalhar o cotidiano/mercadológico e a ciência): Contemplar nessa dinâmica a interpretação dos temas trazidos do ambiente de trabalho ou cotidiano que envolva fatos e caos da gestão de marketing; Ética na gestão de marketing.
- Apresentação das atividades realizadas, fazendo uso dos mais variados suportes (textos, cartazes e painéis, fotografias, vídeos, exposições, apresentações orais e uso dos recursos de informática – produções multimídia), seguidos de discussões quando possível.
- Pesquisa sobre os temas trabalhados no plano da unidade curricular.
- Análise de situações relativas aos temas tratados na disciplina. Exercícios individuais sobre os temas tratados na disciplina (de forma interdisciplinar e/ou de forma transversal)
- Trabalhos de grupo sobre temáticas da unidade curricular, escritos, e apresentados em plenárias (seminários). Estudos dirigidos. Projetos.
 - Atividades e estudos realizados na *WorldWide Web* (no modo síncrono e assíncrono).
 - Utilização da plataforma *Moodle* presencial – SUAP e de softwares de planos de negócios
 - Estudos de caso.
 - Pesquisas de campo

RECURSOS DIDÁTICOS

- [X] Quadro
[X] Projetor
[X] Vídeos/DVDs
[X] Periódicos/Livros/Revistas/Links
[X] Equipamento de Som
[X] Visitas Técnicas
[X] Software – MakeMoney
[X] Laboratório de Informática
[X] Plataforma Moodle.
[X] Materiais escolares: cartolinhas, post it, cola, canetas coloridas, pastas.
[X] Materiais impressos (atividades em sala, textos para leitura, estudos de caso, estudos dirigidos)

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

A avaliação da aprendizagem terá como medida de desempenho a conjugação de uma ou mais estratégias listadas abaixo, que finalizadas possam atingir a nota máxima 100 no contexto de três ciclos



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
IFPB – Campus João Pessoa
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

avaliativos. As estratégias e seu percentual no contexto do desempenho máximo serão delimitados e tornados públicos na primeira semana de aula, após explanação do plano de disciplina proposto. As estratégias acima mencionadas dizem respeito a:

- Prova escrita, individual, sem consulta.
- Trabalhos interdisciplinares.
- Participação do aluno nas atividades dentro e fora de sala de aula.
- Presença e participação nas atividades de campo.
- Relatórios, individuais ou em grupo, sobre os conteúdos dos vídeos exibidos em sala de aula.
- Trabalhos individuais, escritos.
- Trabalhos em grupo, e sua apresentação em sala de aula ou não (texto, multimídia, música, fotografia, teatro, etc.).
- Projetos.
- Artigos, resenhas e/ou *papers*.
- Itens adicionais: pontualidade, participação, interesse e assiduidade.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

- DEGEN, R. J. (2011). **O Empreendedor: Empreender como opção de carreira.** São Paulo, Ed. Pearson.
DORNELAS, J.C.A. (2008) **Empreendedorismo - Transformando Idéias em Negócios.** São Paulo, Ed. Campus.
DOLABELA, F. (2006). **O Segredo de Luísa.** São Paulo. Ed. De Cultura.
HASHIMOTO, M. (2006). **Espíritoempreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo.** Ed. Saraiva. Bibliografia

Complementar:

- BARON, R.A., SHANE, S.A. (2006). **Empreendedorismo - Uma Visão do Processo.** SÃO Paulo, Ed. Thomson
DORNELAS, J.C.A. (2008). **Empreendedorismo Corporativo.** São Paulo, Ed. Campus. DRUCKER, Peter F. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios.* São Paulo: Cengage Learning, 2008.
LUECKE, R. (2007). **Ferramentas para empreendedores.** Harvard Business Essentials. Rio de Janeiro, E. Record
PINCHOT, G. (2004). **Intra - Empreendedorismo na Prática - Um Guia de Inovação.** São Paulo, Elsevier.