

Curso: Técnico em Informática
Disciplina: EMPREENDEDORISMO

Modalidade: Subsequente
Período Letivo: 3º Semestre
Carga-Horária: 36h - 2 aulas semanais

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES
(contemplando os PCNs do Ensino Médio e as competências profissionais da área)

- Compreensão do papel e a importância da
 - Integração entre as áreas administrativas de uma organização;
 - Compreensão das características do empreendedorismo e de seu papel no contexto atual para a criação e a gestão de organizações, com ênfase na realidade brasileira.

 - Capacitação dos alunos com técnicas para planejar, desenvolver e avaliar novos negócios
 - Compreender a relação existente entre os tipos de organizações e seus objetivos.
1. Aprender os objetivos, os instrumentos, as atividades, os processos das áreas de marketing, de gestão de pessoas, de planejamento, de estoque, de operações e de finanças.
 2. Entender os aspectos históricos e conceituais do empreendedorismo, e sua relação com o contexto social e econômico.
 3. Definir os objetivos, os princípios e a estrutura de um plano de negócio

BASES CIENTÍFICAS E TECNOLÓGICAS
(pré-requisitos)

Nenhum.

COMPONENTES CURRICULARES
(conteúdo)

1. Plano de negócios (PN)
2. A necessidade da formulação do PN
3. Os clientes do plano de negócios
4. Plano de marketing
5. Análise do mercado
 - a) O setor
 - b) O tamanho do mercado
 - c) Oportunidades e ameaças
6. A clientela
 - a) Segmentação
 - b) A concorrência

7. Fornecedores
8. Estratégias de marketing
 - a) O produto
 - b) A tecnologia, ciclo de vida
9. Vantagens competitivas
10. Planos de Pesquisa e Desenvolvimento
11. Preço
12. Distribuição
13. Promoção e propaganda
14. Relacionamento com os clientes

METODOLOGIA	AVALIAÇÃO
Aulas expositivas; trabalhos escritos; seminários; debates; pesquisa bibliográfica Utilização de quadro branco, computador, projetor multimídia, retroprojetor	Avaliações escritas Trabalhos individuais e em grupo (estudos de caso, estudos dirigidos, pesquisa) Participação nas discussões
REFERÊNCIAS	
<p>DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa. 14. ed., São Paulo: Cultura, 2000.</p> <p>CHER, Rogério. O meu próprio negócio. Rio de Janeiro: Campus, 2003.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de Marketing para Micro e Pequena Empresas. 2. ed., São Paulo: Atlas, 2001</p> <p>GUIMARÃES, Tomás de Aquino; SOUZA, Ed. Castro Lucas de. Empreendedorismo: além do plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>MAXIMINIANO, Antônio C. A. Fundamentos de Administração. 2. ed. São Paulo; Atlas, 2008.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Editora Atlas, 1999</p> <p>ROBBINS, Stephen P. Comportamento Organizacional. 11. ed. São Paulo: Pearson, 2005.</p> <p>SEBRAE. Curso: Brasil empreendedor. O empreendedor e o mercado.</p> <p>SEBRAE. Programa Sebrae de Qualidade Total para Micro e Pequenas Empresas. Brasília: SEBRAE, 1995</p>	