

Curso: Técnico em Computação Gráfica
Disciplina: **EMPREENDEDORISMO**

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

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)

Leitura e interpretação de textos.

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
 - α) O setor
 - β) O tamanho do mercado
 - χ) Oportunidades e ameaças
6. A clientela

<ul style="list-style-type: none"> α) Segmentação β) A concorrência 7. Fornecedores 8. Estratégias de marketing <ul style="list-style-type: none"> 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	
DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa. 14. ed., São Paulo: Cultura, 2000. CHER, Rogério. O meu próprio negócio. Rio de Janeiro: Campus, 2003. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de Marketing para Micro e Pequena Empresas. 2. ed., São Paulo: Atlas, 2001 GUIMARÃES, Tomás de Aquino; SOUZA, Ed. Castro Lucas de. Empreendedorismo: além do plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2005. MAXIMINIANO, Antônio C. A. Fundamentos de Administração. 2. ed. São Paulo; Atlas, 2008. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Editora Atlas, 1999 ROBBINS, Stephen P. Comportamento Organizacional. 11. ed. São Paulo: Pearson, 2005. SEBRAE. Curso: Brasil empreendedor. O empreendedor e o mercado. SEBRAE. Programa Sebrae de Qualidade Total para Micro e Pequenas Empresas. Brasília: SEBRAE, 1995	