EMPREENDORISMO, MARKETING E FINANÇAS
INFORMAÇÕES GERAIS

APRESENTAÇÃO

O empreendedorismo desempenha um papel fundamental nas empresas, independentemente do seu tamanho ou setor de atuação. Os empreendedores muitas vezes trazem novas ideias, perspectivas e soluções inovadoras para os desafios enfrentados pela empresa. Eles são agentes de mudança que podem impulsionar a inovação em produtos, processos e modelos de negócios.

O empreendedorismo pode ajudar as empresas a criar valor para os clientes, por meio do desenvolvimento de produtos ou serviços que atendam às necessidades e desejos do mercado de forma única e eficaz. Empresas que cultivam uma cultura empreendedora tendem a ser mais competitivas no mercado. Isso porque os empreendedores estão constantemente buscando maneiras de melhorar e se destacar da concorrência.

O ambiente de negócios está em constante evolução, e os empreendedores são ágeis e adaptáveis ??para lidar com essas mudanças. Eles podem identificar oportunidades emergentes e ajustar rapidamente as estratégias da empresa conforme necessário.

O empreendedorismo está frequentemente associado ao crescimento das empresas. Os empreendedores buscam oportunidades de expansão, seja por meio de novos mercados, novos produtos ou parcerias estratégicas. Promover o empreendedorismo dentro da empresa pode ajudar a criar uma cultura organizacional mais dinâmica, criativa e orientada para resultados. Isso pode aumentar a motivação e o engajamento dos funcionários.

Os empreendedores são bons em identificar e resolver problemas. Eles podem encontrar soluções criativas e eficientes para os desafios que a empresa enfrenta, contribuindo para a melhoria contínua e o sucesso a longo prazo.

Em resumo, o empreendedorismo nas empresas é essencial para impulsionar a inovação, criar valor, aumentar a competitividade, adaptar-se às mudanças do mercado, promover o crescimento e cultivar uma cultura organizacional dinâmica e orientada para resultados.

OBJETIVO

Promover o sucesso e a sustentabilidade das empresas por meio do trabalho em conjunto das áreas de empreendorismo, marketing e finanças para impulsionar o crescimento, a lucratividade, a competitividade e a satisfação do cliente, além de garantir a sustentabilidade e a excelência operacional ao longo do tempo.

METODOLOGIA

Concebe o curso Empreendorismo, Marketing e Finanças, numa perspectiva de Educação a Distância – EAD, visando contribuir para a qualificação de profissionais de educação que atuam ou pretendem atuar na área de recursos humanos dos setores público, privado e social.

Código	Disciplina	Carga Horária
5127	**Administração Financeira e Contábil**	**60**

APRESENTAÇÃO

Finanças empresariais. Contabilidade empresarial. Gestão orçamentária. Razão, proporção e grandezas. Porcentagem. Capitalização e descapitalização. Taxas. Sistemas de capitalização. Descontos. Financiamentos. Mercado financeiro. Análise de riscos no mercado financeiro.

OBJETIVO GERAL

Este conteúdo versa sobre as competências mais elementares para um profissional que deseja trabalhar na área financeira, permeando também alguns conceitos contábeis como forma de integrar essas duas áreas que são indissociáveis em uma organização. Ao término de seus estudos, você será capaz de compreender como se processam as rotinas do dia a dia financeiro e contábil, com uma visão mais geral e ampla.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- **Explicar os aspectos gerais das finanças empresariais, seus conceitos e suas definições basilares.**
- **Aplicar os fundamentos matemáticos no que concerne à razão, proporção e grandezas em situações da vida prática.**
- **Aplicar conceitos e fórmulas matemáticas para obter os indicadores dos sistemas de capitalização.**
- **Apontar o que são e como funcionam as instituições financeiras.**

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INTRODUÇÃO A FINANÇAS E CONTABILIDADE
INTRODUÇÃO ÀS FINANÇAS EMPRESARIAIS
INTRODUÇÃO À GESTÃO FINANCEIRA
INTRODUÇÃO À CONTABILIDADE EMPRESARIAL
INTRODUÇÃO À GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

UNIDADE II – FUNDAMENTOS MATEMÁTICOS PARA FINANÇAS E CONTABILIDADE
RAZÃO, PROPORÇÃO E GRANDEZAS
PORCENTAGEM
CAPITALIZAÇÃO E DESCAPITALIZAÇÃO
TAXAS

UNIDADE III – FUNDAMENTOS MATEMÁTICOS PARA FINANÇAS
SISTEMAS DE CAPITALIZAÇÃO
DESCONTOS
SÉRIES DE PAGAMENTOS
FINANCIAMENTOS

UNIDADE IV – FUNDAMENTOS DO MERCADO FINANCEIRO
INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS
MERCADO FINANCEIRO
MERCADOS ORGANIZADOS DE VALORES
ANÁLISE DE RISCOS NO MERCADO FINANCEIRO

REFERÊNCIA BÁSICA

EHRHARDT, M. C.; BRIGHAM, E. F. **Administração Financeira: teoria e prática.** São Paulo: Cengage Learning, 2012.

SECURATO, J. C.; SECURATO; J. R. **Mercado financeiro: conceitos, cálculo e análise de investimento**. São Paulo: Saint Paul, 2007.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

WARREN, Carl; REEVE, James; DUCHAC, Jonathan; PADOVEZES, Clóvis. **Fundamentos de contabilidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

PERIÓDICOS

PIAZZA, Marcelo C. **Bem-vindo à Bolsa de Valores**. 8. ed. São Paulo: Novo Conceito Negócios, 2009.

4839	**Introdução à Ead**	**60**

APRESENTAÇÃO

Fundamentos teóricos e metodológicos da Educação a distância. Ambientes virtuais de aprendizagem. Histórico da Educação a Distância. Avaliação em ambientes virtuais de aprendizagem apoiados pela Internet.

OBJETIVO GERAL

Aprender a lidar com as tecnologias e, sobretudo, com o processo de autoaprendizagem, que envolve disciplina e perseverança.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Analisar e entender EAD e TIC (Tecnologia de Informação e Comunicação), Ambiente virtual de ensino e Aprendizagem, Ferramentas para navegação na internet.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – AMBIENTAÇÃO NA APRENDIZAGEM VIRTUAL
PRINCIPAIS CONCEITOS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
GERENCIAMENTO DOS ESTUDOS NA MODALIDADE EAD
AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM
RECURSOS VARIADOS QUE AUXILIAM NOS ESTUDOS

UNIDADE II – APRIMORANDO A LEITURA PARA A AUTOAPRENDIZAGEM
A LEITURA E SEUS ESTÁGIOS
OS ESTÁGIOS DA LEITURA NOS ESTUDOS
ANÁLISE DE TEXTOS
ELABORAÇÃO DE SÍNTESES

UNIDADE III – APRIMORANDO O RACIOCÍNIO PARA A AUTOAPRENDIZAGEM
O RACIOCÍNIO DEDUTIVO
O RACIOCÍNIO INDUTIVO
O RACIOCÍNIO ABDUTIVO
A ASSOCIAÇÃO LÓGICA

UNIDADE IV – FERRAMENTAS DE PRODUTIVIDADE PARA A EAD
INTERNET E MANIPULAÇÃO DE ARQUIVOS
COMO TRABALHAR COM PROCESSADOR DE TEXTO?
COMO FAZER APRESENTAÇÃO DE SLIDES?
COMO TRABALHAR COM PLANILHAS DE CÁLCULO?

REFERÊNCIA BÁSICA

VALENZA, Giovanna M.; COSTA, Fernanda S.; BEJA, Louise A.; DIPP, Marcelo D.; DA SILVA, Sílvia C. **Introdução à EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

SANTOS, Tatiana de Medeiros. **Educação a Distância e as Novas Modalidades de Ensino**. Editora TeleSapiens, 2020.

MACHADO, Gariella E. **Educação e Tecnologias**. Editora TeleSapiens, 2020.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

DUARTE, Iria H. Q. **Fundamentos da Educação**. Editora TeleSapiens, 2020.

DA SILVA, Jessica L. D.; DIPP, Marcelo D. **Sistemas e Multimídia**. Editora TeleSapiens, 2020.

PERIÓDICOS

DA SILVA, Andréa C. P.; KUCKEL, Tatiane. **Produção de Conteúdos para EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

THOMÁZ, André de Faria; BARBOSA, Thalyta M. N. **Pensamento Científico**. Editora TeleSapiens, 2020.

4852	**Sistemas de Informações Gerenciais**	**60**

APRESENTAÇÃO

Teoria geral dos sistemas (TGS). Conceito de sistemas de informação. Componentes da informação. Gestão da tecnologia da informação. Sistemas de informação pela organização. Sistemas de tomada de decisão (SIG, DSS e EIS). Customer Relationship Management (CRM). Supply chain management (SCM). Tecnologia e inteligência empresarial. Conceito de inteligência empresarial. Data mining e data warehouse. ferramentas OLAP. Business Intelligence. Planejamento estratégico de tecnologia da informação. Planejamento estratégico de TI. Enterprise Resource Planning (ERP).

OBJETIVO GERAL

Esta disciplina visa municiar o profissional de TI ou de áreas afins a planejar e gerenciar o processo de implantação de sistemas de informações para apoiar a gestão da empresa em todos os seus níveis gerenciais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Entender o que é e para que servem os sistemas de informação nas empresas.
- Entender a finalidade e a arquitetura dos sistemas de gestão empresarial ou *Enterprise Resource Planning* (ERP), identificando as principais segmentações e fornecedores nacionais e mundiais desses sistemas
- Entender como usar as tecnologias da informação na competitividade organizacional.
- Entender o conceito, o objetivo e a importância do planejamento estratégico de tecnologia da informação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO
O QUE SÃO SISTEMAS DE INFORMAÇÃO?
POR QUE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO SÃO NECESSÁRIOS?
COMPONENTES DA INFORMAÇÃO
GESTÃO DA TI E OS TIPOS DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

UNIDADE II – SISTEMAS DE INFORMAÇÃO NA CADEIA PRODUTIVA
SISTEMAS DE GESTÃO EMPRESARIAL (ERP)
SISTEMAS DE TOMADA DE DECISÃO (SIG, DSS E EIS)
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

UNIDADE III – SISTEMAS DE INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL
TECNOLOGIA E INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL
CONCEITO DE INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL
DATA MINING E DATA WAREHOUSE
BUSINESS INTELLIGENCE

UNIDADE IV – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E O PROFISSIONAL DE TI
A TECNOLOGIA COMO RECURSO ESTRATÉGICO
O QUE É PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE TI
ETAPAS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE TI
PROFISSIONAL DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

REFERÊNCIA BÁSICA

GONÇALVES, BARBIERI, G., BARBIERI, R. **Sistemas de informação**. Porto Alegre : Sagah, 2017.

HITT, M. A; IRELAND, D.; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica**: competitividade e globalização: conceitos – São Paulo, SP : Cengage, 2018. Image not found or type unknown

KROENKE, D. **Sistemas de informação gerenciais**. São Paulo: Saraiva, 2012.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informação gerenciais**. 5. ed. São Paulo: Prentice hall, 2004.

O'BRIEN, J. A., MARAKAS, G. M. **Administração de sistemas de informação**. 15. ed. – Dados eletro?nicos. – Porto Alegre : AMGH, 2013

PERIÓDICOS

RAINER JR, K.; CEGLELSKI, C. G. **Introdução a sistemas de informação**. 3 ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2012.

4859	**Gestão da Inovação e Competitividade**	**60**

APRESENTAÇÃO

A inovação nas organizações empresariais: elementos básicos para a empresa tornar-se inovadora. Tecnologia e inovação tecnológica. Invenção e inovação. Processo de inovação. A melhoria gradual e a melhoria radical. Fontes de inovação. Princípios de inovação. A inovação como fator de competitividade. Inovação do conceito de negócio.

OBJETIVO GERAL

Apresenta as várias possibilidades de inovar, abrange alterações no produto, processo, gestão e marketing.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Avaliar a capacidade tecnológica e sua aplicabilidade no processo de inovação.
- Discernir sobre a relação entre competitividade e qualidade.
- Compreender a importância da gestão de processos para a competitividade.
- Aplicar o modelo radar da inovação.
- Identificar os aspectos relacionados ao diagnóstico para implantação da gestão da inovação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA INOVAÇÃO
INOVAÇÃO: CONCEITOS E DEFINIÇÕES
TIPOS DE INOVAÇÃO

INOVAÇÃO E A CAPACIDADE TECNOLÓGICA
INOVAÇÃO E A CAPACIDADE DE CRIAR CONHECIMENTO

UNIDADE II – A COMPETITIVIDADE
IDENTIFICANDO FATORES QUE ENVOLVEM A ESTRATÉGIA E A COMPETITIVIDADE
ENTENDENDO A RELAÇÃO DA COMPETITIVIDADE E A QUALIDADE
A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE PROCESSOS
A RELAÇÃO COM A GESTÃO DAS COMPETÊNCIAS

UNIDADE III – MODELOS DE GESTÃO DA INOVAÇÃO
GESTÃO DA INOVAÇÃO E A APLICABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES
MODELO RADAR DA INOVAÇÃO
MODELO GESTÃO ESTRATÉGICA DA INOVAÇÃO
MODELO INOVAÇÃO ABERTA

UNIDADE IV – IMPLANTANDO PROCESSO DE INOVAÇÃO E GESTÃO
A INOVAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIOS
O DIAGNÓSTICO PARA A IMPLANTAÇÃO DA GESTÃO DA INOVAÇÃO
FATORES INFLUENCIADORES NA GESTÃO DA INOVAÇÃO
O AMBIENTE CONVIDATIVO PARA A INOVAÇÃO

REFERÊNCIA BÁSICA

ALENCAR, E. **Como desenvolver o potencial criador**: um guia para a liberação da criatividade em sala de aula. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

ARAUJO, L. C. G. **Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional.** São Paulo: Atlas, 2001.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE SOFTWARE. **Mercado Brasileiro de *Software*:** panorama e tendências, 2013. São Paulo: ABES, 2015.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

BACHMANN, D. L.; DESTEFANI, J. H. **Metodologia para estimar o grau de inovação nas MPE**. Curitiba, 2008.

BARBARÁ, S. **Gestão por processos**: fundamentos, técnicas e modelos de implementação. São Paulo: Qualitymark, 2008.

PERIÓDICOS

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

BENNIS, W.; NANUS, B. **Estratégias para assumir a verdadeira?liderança.** ? São Paulo: Harbra, 1998.

5187	**Gestão de Equipes**	**60**

APRESENTAÇÃO

Fundamentos de uma empresa. Gestão de mudanças: condições e habilidades necessárias. Teorias da liderança: traços e comportamental. Teorias situacionais. Motivação. Comunicação.

OBJETIVO GERAL

Capacitar profissionais de qualquer área de conhecimento a liderar e gerenciar equipes de trabalho, quer seja no contexto formal, quer em projetos e processos de trabalho naturais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender os fundamentos da Gestão de Pessoas.
- Entender os fundamentos de uma empresa e suas atividades.
- Definir os conceitos de empresa moderna e organização.
- Identificar as teorias situacionais e seus estudiosos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA GESTÃO DE PESSOAS E AS CORPORAÇÕES
GESTÃO DE PESSOAS
FUNDAMENTOS DE UMA EMPRESA
EMPRESA MODERNA E ORGANIZAÇÃO
GESTÃO DE MUDANÇAS: CONDIÇÕES E HABILIDADES NECESSÁRIAS
UNIDADE II – TEORIAS DA LIDERANÇA
INTRODUÇÃO A LIDERANÇA
TEORIAS DA LIDERANÇA: TRAÇOS E COMPORTAMENTAL
TEORIAS SITUACIONAIS
TEORIAS MODERNAS SOBRE LIDERANÇA
UNIDADE III – TEORIAS DA MOTIAÇÃO
MOTIVAÇÃO
TEORIAS MOTIVACIONAIS ANTIGAS
TEORIAS CONTEMPORÂNEAS DE MOTIVAÇÃO
MOTIVAÇÃO NA PRÁTICA
UNIDADE IV – COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA DA GESTÃO DE EQUIPES
COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL E ORGANIZACIONAL
INTELIGÊNCIA EMOCIONAL
MATURIDADE ORGANIZACIONAL

REFERÊNCIA BÁSICA

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo e viabilização de novas empresas** Um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio 2ª edição. Elsevier, 2007

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**; o novo papel dos recursos humanos nas organizações. - 3ª edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2010

CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações / Idalberto Chiavenato - 9ª edição - Rio de Janeiro: Elsevier, 2014

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, I. **Recursos humanos**: o capital humano das organizações / Idalberto Chiavenato, - 8.ed. - Rio da Janeiro: Elsevier, 2009

FALCONI, V. **O verdadeiro poder**. Nova Lima:INDG Tecnologia e Serviços LTDA, 2009.

HERSEY, P.; BLANCHARD, K. H. **Psicologia para Administradores**: as teorias e as técnicas da liderança situacional. São Paulo: EPU, 1986.

KATZENBACH, J.R. e SMITH, D.K. **A força e o poder das equipes**. São Paulo. Makron, 1994

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003

MARRAS, J. P. **Administração de recursos humanos**: do operacional ao estratégico. 3ª Ed. São Paulo: Futura, 2000.

MAXIMILIANO, A.C.A. **Introdução à administração**. 2000, 5ª edição. Atlas ISBN: 85-224-2164-1.

PETERS, T.J. **Prosperando no caos**. São Paulo: Harbra, 2013

PERIÓDICOS

ROBBINS, S.P. **Comportamento organizacional**, trad Reynaldo Marcondes, 11ª edição, São Paulo, 2005

ZANELLI, J.C., BORGES-ANDRADE, J.E. e BASTOS, A.V. **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil**. 2ª ed. Artmed, 2014

5392	**Gestão Do Conhecimento E Inteligência Competitiva**	**60**

APRESENTAÇÃO

Conceitos e definições sobre gestão do conhecimento. Gestão do conhecimento para as organizações. Armazenagem do conhecimento. Processos de gestão do conhecimento. Redes sociais corporativas. Data mining e análise de dados. Tomada de decisão e inovação. Aprendizagem organizacional. Ferramentas de comunicação. Cultura organizacional, aprendizagem individual e coletiva. Programas de aprendizagem organizacional.

OBJETIVO GERAL

Este componente curricular visa capacitar os alunos a compreender e aplicar os principais conceitos, técnicas e ferramentas da gestão do conhecimento e aprendizagem organizacional, visando aprimorar a capacidade das organizações em criar, compartilhar, armazenar, transferir e aplicar conhecimento de forma eficaz e inovadora.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Definir os conceitos relacionados à Gestão do Conhecimento.
- Discernir sobre as vantagens da gestão do conhecimento para as organizações.
- Identificar e selecionar o conhecimento relevante para a organização.
- Aplicar os processos de captura e armazenamento de conhecimento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I - UMA VISÃO GERAL SOBRE A GESTÃO DO CONHECIMENTO

CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE GESTÃO DO CONHECIMENTO

VANTAGENS DA GESTÃO DO CONHECIMENTO PARA AS ORGANIZAÇÕES

IDENTIFICAÇÃO E SELEÇÃO DO CONHECIMENTO PARA A ORGANIZAÇÃO

CAPTURA E ARMAZENAMENTO DE CONHECIMENTO

UNIDADE II - PROCESSOS, TECNOLOGIAS E FERRAMENTAS DE GESTÃO DO

CONHECIMENTO

SISTEMAS DE GESTÃO DE CONHECIMENTO

REDES SOCIAIS CORPORATIVAS

DATA MINING E ANÁLISE DE DADOS

COMPARTILHAMENTO E DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTO

UNIDADE III - APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

CONCEITOS E DEFINIÇÕES DA APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL NA MELHORIA CONTÍNUA

FERRAMENTAS DE COLABORAÇÃO E COMUNICAÇÃO

MODELOS DE APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

UNIDADE IV - CULTURA ORGANIZACIONAL PARA A GESTÃO DO

CONHECIMENTO E APRENDIZAGEM

MUDANÇA DE CULTURA ORGANIZACIONAL

APRENDIZAGEM INDIVIDUAL E COLETIVA NA ORGANIZAÇÃO

CULTURA DE APRENDIZAGEM EM EQUIPES E LIDERANÇAS

IMPLEMENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

REFERÊNCIA BÁSICA

BORTOLOTI, Karen Fernanda da Silva. Gestão do conhecimento. Recife: Telesapiens, 2023.

VARGAS, Sandra Martins Lohn. Gestão da inovação e da competitividade. Recife: Telesapiens, 2022.

BRITO, Stephanie Freire. Gestão da tecnologia da informação e comunicação. Recife: Telesapiens, 2022.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

VALENZA, Giovanna Mazzarro.; BARBOSA, Thalyta Mabel N. Barbosa. Introdução à EAD. Recife: Telesapiens, 2022

SOUZA, Guilherme Gonçalves de. Gestão de projetos. Recife: Telesapiens, 2021

RIBEIRO, Luciliane. Estratégias de gestão e organização empresarial. Recife: Telesapiens, 2021

PERIÓDICOS

OLIVEIRA, Tatiana Souto Maior de. Sistemas de informações gerenciais. Recife: telesapiens, 2021.

OLIVEIRA, Daniele Melo de. Gestão do terceiro setor. Recife: telesapiens, 2021.

4986	Empreendedorismo	60

APRESENTAÇÃO

Definições de empreendedorismo: empreendedor (dono do próprio negócio) e intraempreendedor (construindo a sua carreira como funcionário). Características e perfil do empreendedor. Roteiro para abertura de uma empresa (empreendedor individual, micro e pequenas empresas, empresas de grande porte). Construção do plano de negócio. Fontes de financiamento.

OBJETIVO GERAL

Esta disciplina tem por objetivo proporcionar ao aprendente uma série de reflexões acerca do comportamento empreendedor e intraempreendedor, além de capacitá-lo a realizar os procedimentos e cálculos necessários para elaborar um plano de negócio, incluindo sumário executivo e apresentação para pitches com investidores.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Interpretar o conceito e o real sentido do que é ser um empreendedor.
- Entender a lógica de um projeto de empreendedorismo.
- Compreender a importância da pesquisa de mercado para redução do risco do negócio.
- Descrever o modelo de negócio por meio da metodologia Canvas.
- Executar o processo de prospecção de recursos financeiros para o projeto de implantação e ciclo de vida do seu negócio.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – O PERFIL EMPREENDEDOR
FUNDAMENTOS DE EMPREENDEDORISMO
A LÓGICA DO EMPREENDEDORISMO
O PERFIL DE UM EMPREENDEDOR
AS FERRAMENTAS DO EMPREENDEDOR

UNIDADE II – OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO
OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO
PESQUISA DE MERCADO
ANÁLISE DE SWOT
ANÁLISE DE ERRC

UNIDADE III – MODELOS E PLANOS DE NEGÓCIO
MODELO CANVAS
PARTICIPANDO DE PITCHES
PLANEJANDO O PROJETO
IMPLANTANDO O PROJETO

UNIDADE IV – PLANO FINANCEIRO DE UM EMPREENDIMENTO
PROSPECTANDO RECURSOS FINANCEIROS
LIDANDO COM DESPESAS E CUSTOS

LIDANDO COM RECEITAS
VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA

REFERÊNCIA BÁSICA

RIES, Eric. **A Startup Enxuta**. Eric Ries, 2011.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 7. ed. Empreende, 2018.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

DORNELAS, José. **Plano de Negócios**: seu Guia Definitivo. 2. ed. Empreende, 2018.

KIM, W. C., & MAUBORGNE, R. **A Estratégia do Oceano Azul**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
Image not found or type unknown

PERIÓDICOS

VERGARA, S. C. (1997). **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas.

4847	**Pensamento Científico**	**60**

APRESENTAÇÃO

A ciência e os tipos de conhecimento. A ciência e os seus métodos. A importância da pesquisa científica. Desafios da ciência e a ética na produção científica. A leitura do texto teórico. Resumo. Fichamento. Resenha. Como planejar a pesquisa científica. Como elaborar o projeto de pesquisa. Quais são os tipos e as técnicas de pesquisa. Como elaborar um relatório de pesquisa. Tipos de trabalhos científicos. Apresentação de trabalhos acadêmicos. Normas das ABNT para Citação. Normas da ABNT para Referências.

OBJETIVO GERAL

Capacitar o estudante, pesquisador e profissional a ler, interpretar e elaborar trabalhos científicos, compreendendo a filosofia e os princípios da ciência, habilitando-se ainda a desenvolver projetos de pesquisa.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender a importância do Método para a construção do Conhecimento.
- Compreender a evolução da Ciência.
- Distinguir os tipos de conhecimentos (Científico, religioso, filosófico e prático).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INICIAÇÃO CIENTÍFICA
A CIÊNCIA E OS TIPOS DE CONHECIMENTO
A CIÊNCIA E OS SEUS MÉTODOS
A IMPORTÂNCIA DA PESQUISA CIENTÍFICA
DESAFIOS DA CIÊNCIA E A ÉTICA NA PRODUÇÃO CIENTÍFICA

UNIDADE II – TÉCNICAS DE LEITURA, RESUMO E FICHAMENTO
A LEITURA DO TEXTO TEÓRICO
RESUMO
FICHAMENTO
RESENHA

UNIDADE III – PROJETOS DE PESQUISA
COMO PLANEJAR A PESQUISA CIENTÍFICA?
COMO ELABORAR O PROJETO DE PESQUISA?
QUAIS SÃO OS TIPOS E AS TÉCNICAS DE PESQUISA?
COMO ELABORAR UM RELATÓRIO DE PESQUISA?

UNIDADE IV – TRABALHOS CIENTÍFICOS E AS NORMAS DA ABNT
TIPOS DE TRABALHOS CIENTÍFICOS
APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS
NORMAS DAS ABNT PARA CITAÇÃO
NORMAS DA ABNT PARA REFERÊNCIAS

REFERÊNCIA BÁSICA

THOMÁZ, André de Faria; BARBOSA, Thalyta M. N. **Pensamento Científico**. Editora TeleSapiens, 2020.

VALENTIM NETO, Adauto J.; MACIEL, Dayanna dos S. C. **Estatística Básica**. Editora TeleSapiens, 2020.

FÉLIX, Rafaela. **Português Instrumental**. Editora TeleSapiens, 2019.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

VALENZA, Giovanna M.; COSTA, Fernanda S.; BEJA, Louise A.; DIPP, Marcelo D.; DA SILVA, Silvia Cristina. **Introdução à EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

OLIVEIRA, Gustavo S. **Análise e Pesquisa de Mercado**. Editora TeleSapiens, 2020.

PERIÓDICOS

CREVELIN, Fernanda. **Oficina de Textos em Português**. Editora TeleSapiens, 2020.

DE SOUZA, Guilherme G. **Gestão de Projetos**. Editora TeleSapiens, 2020.

Avaliação será processual, onde o aluno obterá aprovação, através de exercícios propostos e, atividades programadas, para posterior. O aproveitamento das atividades realizadas deverá ser igual ou superior a 7,0 (sete) pontos, ou seja, 70% de aproveitamento.

SUA PROFISSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

Profissionais com formação superior, que atuam ou com perspectivas de exercer funções de gerência no processo de Empreendorismo, Marketing e Finanças.