

## **EMPREENDEDORISMO, 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 empreendedorismo, 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 Empreendedorismo, 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.

<b>Código</b>	<b>Disciplina</b>	<b>Carga Horária</b>
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.

## **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 eletrônicos. – 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 MOTIVAÇÃO

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**

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

## 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 Empreendedorismo, Marketing e Finanças.