

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE, UNICENTRO  
Campus Universitário de Guarapuava  
Setor de Ciências Sociais Aplicadas – SESA  
Departamento de Administração

Curso: Secretariado Executivo

Série: 4ª

Ano: 2010.

Disciplina: Empreendedorismo e Criação de Negócios

Turno: Noite

Código: 1434

C/H Semanal: 2 H/A

C/H Total: 68 H/A

## EMENTA

Antecedentes históricos e conceitos da ação empreendedora. Desenvolvimento do comportamento empreendedor. Identificação e planejamento de um novo negócio. Aspectos mercadológicos, técnico-operacionais e econômicos para criação de negócios. Desenvolvimento de negociações.

## I. OBJETIVOS

O aluno deverá conhecer os caminhos e processos necessários para empreender, desenvolvendo o seu potencial empreendedor.

Objetivos específicos:

- conhecer os diferentes conceitos e dimensões do empreendedorismo;
- compreender o macroambiente das relações de trabalho e o escopo de secretariamento executivo, e como o empreendedor se insere;
- investigar, entender e internalizar a ação empreendedora;
- entender o funcionamento de um pequeno ou médio negócio;
- construir um plano de negócios.

## II. PROGRAMA

### 1- INTRODUÇÃO:

1.1. Importância da disciplina

1.2. As habilidades do administrador e o empreendedor, e suas relações com o Secretariado Executivo.

### 2- UNIVERSO EMPREENDEDOR

2.1 Origens da Ação Empreendedorial

2.2 Empreendedorismo Nacional X Internacional

2.3 Conceitos do Empreendedorismo; as dimensões e tipos do Empreendedor

2.4 As Micro, Pequenas e Médias Empresas e o Empreendedor.

### 3- COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

3.1 As fases do Empreendimento

3.2 Desenvolver o conceito de si

3.3 Características e atitudes empreendedoras

3.4 O aumento da criatividade

3.5 O processo visionário.

### 4- IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO

4.1 O desenvolvimento de um idéia e a identificação de um setor de negócios

4.2 Busca e seleção de oportunidades

4.3 A descoberta de um Nicho de forma diferenciada

4.4 Definição de um Contexto Organizacional.

### 5- O PLANEJAMENTO DE UM NOVO NEGÓCIO

5.1 a importância de um Plano de Negócios

5.2 Estrutura de um Plano de Negócios

5.3 Desenvolvimento das Diretrizes Estratégicas e Táticas do Plano de Negócios

### 6- ASPECTOS MERCADOLÓGICOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

6.1 Identificação do ambiente externo e influências sobre o novo negócio

6.2 Composto de Marketing

6.3 Sondagem do Consumidor e Produtos

6.4 A concorrência e os Fornecedores

6.5 Construção de objetivos e metas

6.6 Pré- teste de empreendimento em feira de negócios.

### 7- ASPECTOS TÉCNICO- OPERACIONAIS

7.1 Composição organizacional: administrativa e jurídica

7.2 Operacionalização

7.3 Estudo da Localização

7.4 Estrutura Física e recursos humanos, materiais e patrimoniais

7.5 Produtividade e competitividade

### 8-ASPECTOS ECONÔMICOS

8.1 Origem de Capital e Investimento

- 8.2 Levantamento de Custos fixos e variáveis
- 8.3 Análise Econômico- financeira do empreendimento
- 9- APRESENTAÇÃO DA IDÉIA E NEGOCIAÇÃO
- 9.1 Redação final e conclusão do plano de negócios
- 9.2- A apresentação de um empreendedor e seu plano de negócios.

### III. METODOLOGIA DE ENSINO

Aulas expositivas, dinâmicas de grupo, audiovisuais, estudo de casos, pesquisas bibliográficas, pesquisa de campo, interação de experiência com empreendedores reais, desenvolvimento de projeto e apresentação, utilização de recursos audiovisuais (retroprojeter e vídeo), quadro negro e giz.

### IV. FORMAS DE AVALIAÇÃO

Trabalhos e pesquisas; provas; participação em sala de aula e apresentação de um plano de negócio e da idéia em feira de negócios, como pré- requisito para a conclusão da disciplina.

### V. BIBLIOGRAFIA

#### 1. Básica

DOLABELA, F. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2001

#### 2. Complementar

ABRANTES, J.S. Bio ( sócio) diversidade e empreendedorismo. Editora Garamond: 2003

ALMEIDA, F. Como ser empreendedor de sucesso. Leitura Editora: 2001.

ANGELO, E.B. Empreendedor Corporativo. Negócio Editora: 2003.

ANPROTEC – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS DE TECNOLOGIAS AVANÇADAS. Panorama 2003. Disponível em <[http:// anprotec.org.br](http://anprotec.org.br)> . Acesso em: < 05/11/2003>.

BYRLEY, S.; MUZYKA, D.F. Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo: Makron Books, 2000.

BNDES – BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL (Brasil). Boletim MPME – Micro, Pequenas e Médias empresas (site). Brasília. Disponível em <<http://bndes.gov.br>>. Acesso em: <05/11/03>

BRONOSKI, M. A micro e pequena empresa: fatores de sucesso no empreendimento na região de Guarapuava (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Palmas – FACEPAL. Palmas: 1999.

DOLABELA, F. A vez do sonho. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

DORNELAS, J.C.A. Empreendedorismo. São Paulo: Campus, 2001.

Empreendedorismo corporativo. São Paulo: Campus, 2003.

DRUCKER, P.F. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1998.

DUTRA, I.S. O perfil do empreendedor e a mortalidade de micro e pequenas empresas londrinenses (Dissertação de Mestrado). Mestrado em Administração da Universidade Estadual de Londrina – UEL e Universidade Estadual de Maringá – UEM. Londrina: 2002

ENZIO, M. Empreendedor Zen. Editora 21: 2003.

FILION, L.J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários- gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, v-34, n.2, p.5-28, abr/jun., 1999a.

HARVARD BUSINESS REVIEW. Empreendedorismo e estratégia. São Paulo: Campus, 2002.

LODISH, L. Empreendedorismo e marketing. São Paulo: Campus, 2002.

KOTLER, P. e ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1993.

MARCONI, E. M., LAKATOS, M de A. Técnicas de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 1998.

MARINS FILHO, L. A. Profissão: vencedor. Salvador: Casa da Qualidade, 1998.

MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MELO NETO, F. P., FROES, C. Empreendedorismo social. Qualitymak: 2002.

PEREYRA, E. Comportamento empreendedor. Sulina: 2003.

PINCHOT III, G. Intrapreneuring: porque você não precisa deixar a empresa para ser um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989

PIMENTEL, R. Sucessão familiar & empreendedorismo. Editora Novo Saber, 2003.

Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo Global: Brasil e Paraná. IBPQ/ SEBRAE: Curitiba, 2003.

RODRIGUES, J. R. G. O empreendedor e o franchising. São Paulo: Érika, 1998.

ZOGHLIN, G. G. De executivo a empreendedor, São Paulo: Makron Books, 1994.

Aprovado em 23/03/2010.

Ata nº004, Folha nº001

Chefe de Departamento Pedagógico: Marcio Alexandre Facini

Nome do Professora: Julie Cristine Dias.