



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

<b>Ano</b>	2024
<b>Tp. Período</b>	Segundo semestre
<b>Curso</b>	ADMINISTRAÇÃO (010-C)
<b>Disciplina</b>	5422 - EMPREENDEDORISMO
<b>Turma</b>	ADN/C

**Carga Horária:** 34

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Origens, evolução e conceitos fundamentais do empreendedorismo. Escolas do empreendedorismo. Panorama do empreendedorismo no mundo e no Brasil. Comportamento e processo empreendedor. Da corresponsabilidade à cooperação. Identificação e avaliação de oportunidades. Mudanças nas relações de trabalho. Características e motivações empreendedoras. Análise econômica e vantagem competitiva. A motivação na busca de oportunidades de negócios. Desenvolvimento de planos de negócios. Relações entre o empreendedorismo e a responsabilidade socioambiental. Estudos de casos.

### I. Objetivos

O aluno conhecerá os diferentes conceitos e dimensões do empreendedorismo, do empreendedor dono de seu próprio negócio, do “intraempreendedor” e do “empreendedor social”. O acadêmico compreenderá os elementos que envolvem o processo empreendedor com base na elaboração de uma proposta de valor baseada no Business Model Canvas.

### II. Programa

- 1 – INTRODUÇÃO
  - 1.1 Importância da disciplina
  - 1.2 Panorama do Empreendedorismo no Brasil
  - 1.3 Conceito de empreendedorismo e intraempreendedorismo
- 2 - UNIVERSO EMPREENDEDOR
  - 2.1 Origens da Ação Empreendedora
  - 2.2. Conceitos do Empreendedorismo; as dimensões e tipos do Empreendedor.
  - 2.3. As Micro, Pequenas e Médias Empresas e o Empreendedor.
- 3 - COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR
  - 3.1. Características e atitudes empreendedoras
  - 3.4. Empreendedores no Brasil
- 4- IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO
  - 4.1. O Desenvolvimento de uma ideia
  - 4.2. Busca e Seleção de Oportunidades
  - 4.3. Construção da proposta de valor
- 5- O PLANEJAMENTO DE UM NOVO NEGÓCIO
  - 5.1 Negócio tradicional versus Startups
  - 5.2 Diferença entre plano de Negócio e Business Canvas Model
- 6 - ASPECTOS MERCADOLÓGICOS NO DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE VALOR
  - 6.1. Identificação do Ambiente Externo e Influências sobre o Novo Negócio
  - 6.2. Segmentos de Clientes, canais de Comunicação e Vendas
  - 6.3. Fontes de Receita, Recursos-Chaves e Atividades-Chave
  - 6.4 Estrutura de Custos
- 7 - APRESENTAÇÃO DA IDÉIA E NEGOCIAÇÃO
  - 7.1 Pitch de Negócios
  - 7.2 Apresentação da Proposta de Valor

### 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 desenvolvimento de uma proposta de valor com base no Business Model Canvas.

### V. Bibliografia

#### Básica

- ARON, R. A.; SHANE, S.A., Empreendedorismo - Uma visão do processo. São Paulo, Thomson Learning, 2007.  
CHIAVENATO, I. Administração de empresas: uma abordagem contingencial. 3ª ed, São Paulo, Editora Makron Books, 1994.  
CHIAVENATO, I. Empreendedorismo - Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo, Editora Saraiva, 2004.  
DEGEN, Ronald Jean; MELLO, Álvaro Augusto. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo. McGraw-Hill, 1989.  
DORNELLAS, J.C.A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

<b>Ano</b>	2024	
<b>Tp. Período</b>	Segundo semestre	
<b>Curso</b>	ADMINISTRAÇÃO (010-C)	
<b>Disciplina</b>	5422 - EMPREENDEDORISMO	<b>Carga Horária:</b> 34
<b>Turma</b>	ADN/C	

## PLANO DE ENSINO

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): Práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1991.

FROES, C. Empreendedorismo e estratégia. Rio de Janeiro: Quality-mark, 2002.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2007. 592 p. : ISBN 978-85- 363-0350-5

MARCONDES, R.C.; BERNARDES, Criando Empresas para o Sucesso - Empreendedorismo na Prática. 3ª ed., São Paulo, Editora Saraiva, 2004.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2011. xiii, 240 p. ISBN 9788576058762.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Alta Books, 2020.

### Complementar

CAVALCANTI, Glauco; TOLOTTI, Márcia. Empreendedorismo: decolando para o futuro : as lições do voo livre aplicadas ao mundo corporativo . Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 152 p. ISBN 9788535252132.

Hassimoto, M. Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, (2006);

PINCHOT, Gifford; PELLMAN, Ron. Intra empreendedorismo na prática: um guia de inovação nos negócios. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 199 p. ISBN 85-352-1398-8

## APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DEADM/G

**Tp. Documento:** Ata Departamental

**Documento:** 009

**Data:** 11/09/2024