



<b>Unidade Universitária:</b> Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: PRINCÍPIOS DE EMPREENDEDORISMO II (LFE em Marketing e em Criação)		<b>Código da Disciplina:</b> ENEC00119
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda	<b>Eixo Temático:</b> Universais	
<b>Carga horária:</b> 25,5h	( x ) Teórica ( ) Prática	<b>Etapa 6ª</b>
<b>Ementa:</b> Identificação de formas e oportunidades de empreender e inovar. Planejamento de novos empreendimentos com o uso de modelos e plano de negócios. Apresentação de mecanismos de apoio ao empreendedor.		
<b>Objetivos:</b> Apresentar princípios de empreendedorismo aos alunos, possibilitando o exercício de protagonismo no ambiente profissional.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Entender o papel do empreendedor inovador na sociedade.  Conhecer métodos de avaliação de oportunidades.	Gerar e selecionar ideias para criação de projetos inovadores.  Desenvolver modelo e plano de negócios para a criação de um novo empreendimento a partir de uma ideia inovadora.  Integrar conhecimentos de áreas técnicas e de gestão por meio de atividades de projeto.	Valorizar o comportamento empreendedor, seja como gestor de uma empresa existente (intra-empreendedor) ou como dono do próprio negócio  Desenvolver atitudes e comportamentos empreendedores.
<b>Conteúdo Programático:</b>  1. Identificando oportunidades de inovar e empreender 1.1 Geração de idéias 1.2 Critérios de seleção de oportunidades valiosas  2. Modelagem de Negócios 2.1 Pensamento Visual 2.2 Introdução ao Business Model Canvas  3. Plano de Negócios 3.1 Objetivos e Conteúdo do Plano de Negócios 3.2 Elaborando um Plano de Negócios Simplificado 3.3 Apresentando um Plano de Negócios  4. Organismos de apoio às <i>startups</i> inovadoras 4.1 Sebrae, Endeavor e Incubadoras de empresas 4.2 Agências de Fomento: recursos subsidiados para a inovação tecnológica 4.3 Investidores Anjo e <i>Venture Capital</i>		



### Metodologia

Há um bloco inicial alternando-se aulas conceituais e de atividades práticas, onde os alunos são estimulados a propor a criação de produtos ou serviços inovadores, tendo como base o conhecimento técnico adquirido no curso ou uma ideia que tenham em mente e que desejem implementar. Em seguida, os alunos deverão iniciar o desenvolvimento de seu projeto de fato, modelo e plano de negócios, devendo cumprir etapas e metodologia pré-estabelecidas na disciplina, sob a supervisão do professor.

### Critérios de avaliação

A ser definido pelo professor, considerando-se o que determina o regimento e, minimamente, a demonstração do alcance dos objetivos por meio da avaliação nas seguintes atividades:

- Atividades em sala de aula
- Plano de Negócios (grupo)
- Avaliação Final (individual)

### Bibliografia básica

BARON, Robert; SHANE Scott.A. ***Empreendedorismo: uma visão de processo***. São Paulo: Thomson Learning, 2007

DOLABELA, Fernando. ***O segredo de Luisa***. São Paulo: Sextante, 2008

DORNELAS, José. ***Empreendedorismo – transformando ideias em negócios***. Rio de Janeiro: Campus, 2012



### **Bibliografia complementar**

BESSANT, John; TIDD, Joe, *Inovação e Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2009

CHRISTENSEN, Clayton. *O dilema da inovação*. São Paulo: Mbooks, 2011

MARIANO, Sandra Regina Holanda. *Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para criatividade*. Rio de Janeiro: LTC, 2010

PESCE, Bel. *A menina do vale*. Rio de Janeiro: casa da Palavra, 2012

PIGNEUR, Yves, OSTERWALDER, Alexander. *Inovação em modelos de negócios - Business Model Generation*. Alta Books, 2010

### **Artigos**

Filion, Louis Jacques. **Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém Complementares**, Rae Light . v. 7 . n. 3 . p. 2-7 . Jul./Set. 2000. Disponível em

<http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n3/v40n3a13.pdf> acesso em 10/02/2013

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil – 2011**. Curitiba – IBQP. Disponível em [http://www.ibqp.org.br/img/projetos/downloads/arquivo\\_20120705121115.pdf](http://www.ibqp.org.br/img/projetos/downloads/arquivo_20120705121115.pdf) acesso em 10/02/2013

OECD- ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Manual de Oslo - **Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. FINEP, 2007. Disponível em [http://download.finep.gov.br/imprensa/manual\\_de\\_oslo.pdf](http://download.finep.gov.br/imprensa/manual_de_oslo.pdf) acesso em 10/02/2013

### **Revistas**

Exame PME

Época Negócios

HSM Management

Pequenas Empresas e Grandes Negócios