

DISCIPLINA: Tópicos Especiais em Empreendedorismo e Estratégia: Empreendedorismo para Organizações Criativas	CÓDIGO: GT00EES011.1
---	--------------------------------

Validade: Início: Janeiro de 2019. Término:

Carga Horária: Total: 60 horas/aula Semanal: 04 aulas Créditos: 04

Modalidade: Teórica/Prática

Classificação do Conteúdo pelas DCN: Formação Complementar

Ementa:

Noções de empreendedorismo. Perfil do empreendedor e características empreendedoras. Conceito e contexto da economia criativa. Aspectos econômicos, sociais e culturais do desenvolvimento sustentável. Características e etapas de um projeto. Modelo de negócios. Estrutura de um plano de negócios. Viabilidade mercadológica e viabilidade financeira. Formação de preços e cálculo do ponto de equilíbrio. Impacto social. Impacto ambiental. Alternativas de financiamento.

Cursos:	Período	Eixo	Obrigatória	Optativa
Administração	5°/6°/7°/8°	6 – Empreendedorismo e Estratégia		X

Departamento/Coordenação:

Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA).

INTERDISCIPLINARIDADES

Pré-requisitos	Código
O aluno da Administração deverá ter integralizado 1440 horas ou equivalentemente a 96 créditos no curso.	
O aluno das Engenharias deverá ter integralizado 3000 horas ou equivalentemente a 200 créditos no curso.	
Correquisitos	
Não há	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Não há	
Disciplinas para as quais é correquisito	
Não há	

Objetivos: *A disciplina devesse possibilitar ao estudante*

1	Analisar o contexto no qual as organizações criativas estão inseridas.
2	Compreender e analisar os principais processos de desenvolvimento de um negócio criativo.
3	Aplicar os conceitos de administração na criação, organização, desenvolvimento de uma organização criativa.
4	Inovar com ações administrativas, propiciando o desenvolvimento sustentável.

5	Atuar no tratamento de situações problemáticas, observando os aspectos organizacionais, tecnológicos e humanos.	
Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	EMPREENDEDORISMO Noções de empreendedorismo. Perfil do empreendedor. Características empreendedoras. Tipos de empreendedorismo.	10
2	ORGANIZAÇÕES CRIATIVAS E SEU CONTEXTO Conceito e contexto da economia criativa. Aspectos econômicos, sociais e culturais do desenvolvimento sustentável. Tipos de criatividade: artística, científica, econômica. Parcerias, formação de redes. Economia Social. Cooperação e desenvolvimento local.	12
3	ELABORAÇÃO DE PROJETOS Características e etapas de um projeto. Diagnóstico estratégico. Definição de objetivos e metas. Indicadores.	8
4	PLANO DE NEGÓCIOS NA PRÁTICA Modelo de negócios. Estrutura de um plano de negócios. Sumário executivo. Estudo e análise de mercado. Plano de Marketing. Plano Organizacional. Plano financeiro.	12
5	IMPLEMENTAÇÃO Viabilidade mercadológica e viabilidade financeira. Formação de preços e cálculo do ponto de equilíbrio. Impacto social e impacto ambiental. Indicadores de desempenho. Alternativas de financiamento. Microempreendedor individual. Apresentação do Plano de negócios. Pitch.	18
Total		60

Bibliografia Básica	
1	BERNARDI, L. A. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
2	DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3. ed. , rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

3	MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios . 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
---	---

Bibliografia Complementar	
1	DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: empreender como opção de carreira . São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2009.
2	DE MASI, Domênico. Criatividade e grupos criativos , volume 1: descoberta e invenção. Tradução de Léa Manzi. Rio de Janeiro: Sextante, c2002. 464 p.
3	LEITE, Emanuel. O fenômeno do empreendedorismo . São Paulo: Saraiva, 2012.
4	HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. Empreendedorismo . Tradução de Teresa Cristina Felix de Sousa; Revisão de Liliane de Oliveira Guimarães. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
5	KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing . Tradução de Cristina Yamagami. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.