



**Faculdade Interamericana de Porto Velho – UNIRON**

**Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial**

Coordenação: Prof<sup>ª</sup>. MSc. ADM. **Lucimara Gonçalves de Rezende**

Componente Curricular: **Empreendedorismo Comercial**

Carga Horária Total: 80h. (Teórica)

Período: 1<sup>º</sup> Turno: Noturno Ano: 2013\_2

Professor: Dr. Sérgio Rodrigues Alves - [www.profsergio.net](http://www.profsergio.net)

## Plano de Ensino

### 1 - PERFIL DO PROFISSIONAL

O perfil profissional desejado deve garantir que o graduando em Gestão Comercial, demonstre ao final do curso, uma postura que realce a:

- A capacidade empreendedora e da compreensão do processo tecnológico, em suas causas e feitos.
- A compreensão sobre a produção e a inovação científico-tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho;
- Competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, para a gestão de processos e a produção de bens e serviços;
- A compreensão e a avaliação dos impactos sociais econômicos e ambientais resultantes da produção, gestão e incorporação de novas tecnologias;
- Promover a capacidade de continuar aprendendo e de acompanhar as mudanças nas condições do trabalho, bem como propiciar o prosseguimento de estudos em cursos de pós-graduação;
- Adotar a flexibilidade, a interdisciplinaridade, a contextualização e a atualização permanente dos cursos e seus currículos;
- Garantir a identidade do Perfil Profissional de conclusão do curso e da respectiva organização curricular.

Fonte: PPC. GESCOM. UNIRON (2012)

### 2 - EMENTA

Fundamentos e conceitos de empreendedorismo. Comportamento empreendedor. *Intrapreneurship*. Empreendedorismo e a economia. Planos de negócios. Associativismo. História e importância do associativismo. Consórcio de empresas. Parcerias e órgãos de apoio e fomento às micro e pequenas empresas. Conceito de franchising. O mercado de franchising. Vantagens e desvantagens do sistema de franchising. Escolha da franquia. Aspectos legais do *franchising*. Trabalhos Práticos.

### 3 - COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

- Capacidade de elaborar planos de negócios pertinentes à área de empreendedorismo e análise de novos empreendimentos.
- Capacidade de assessorar organizações receptivas a novos empreendimentos.
- Capacidade de gestão da mudança e inovação, pesquisa e desenvolvimento, aplicando-as ao empreendedorismo na gestão comercial.

- Capacidade de relacionar análises mercadológicas (notadamente variáveis externas) e econômicas com o ciclo de vida de produtos e serviços, bem como impactam nos planos de negócios e gestão comercial.
- Capacidade de planejar, criar, organizar e gerir seu próprio negócio.

#### **4 – JUSTIFICATIVA DA DISCIPLINA**

Considerando a recorrentemente divulgação da elevada “mortalidade precoce dos empreendimentos comerciais” (principalmente micro e pequena empresa), somando-se a crescente competitividade e complexidade (burocracia, economia, globalização, virtualização, baixo ciclo de vida de produtos e serviços, etc.) sobre os negócios, se faz necessário aos gestores comerciais a competência de identificar oportunidades, elaborar Planos de Negócios, posturas proativas para riscos calculados e fazer a gestão da inovação. Com efeito, maximizar os resultados esperados pelo empreendedor.

#### **5 – OBJETIVO DA DISCIPLINA**

- Apresentar os conceitos, perfil e processos de empreendedorismo instrumentalizando o acadêmico para identificar e analisar oportunidades de negócios seja como empreendedor corporativo (intra-empreendedorismo) ou individual (geração do auto-emprego em negócios comerciais formais, micro e pequena empresa).
- Proporcionar a simulação/emulação da elaboração de um plano de negócios via softwares (*off-line*) e Recursos Educativos (*on-line*).
- Articular o empreendedorismo comercial com outras disciplinas da gestão comercial (adjacentes às áreas funcionais da administração).

##### **5.1 - Objetivos por Unidade de Ensino**

Unidade I

Compreender o perfil e o processo empreendedor, notadamente comercial.

Unidade II

Identificar e analisar oportunidades de negócios.

Unidade III

Proporcionar visão geral e elaboração elementar de um Plano de Negócio, fundamentando o investimento com análises financeiras.

##### **5.2 - Unidades de Ensino**

###### **UNIDADE I - O Processo Empreendedor:**

- Empreendedorismo: Conceitos e tipos (incluso *startups*).
- Perfil e comportamento empreendedor (incluso *intrapreneurship*).
- O empreendimento (empresa) visto como um sistema:
  - OLIVEIRA, Jair Figueiredo de. p.145.
  - POLLONI, Enrico.
  - Variáveis externas sobre os empreendimentos: Economia, Legislação, Tecnologia, etc.
- Business X E-Business (Negócios e a convergência digital e tecnológica).
- Incubadoras e fontes de apoio/fomento ao empreendedorismo.
- Segmentação do mercado para o empreendimento: Demográfica, Psicográfica,

- Geográfica, Econômica, Ambiental.
- Gestão da inovação e mudança.

## UNIDADE II **Analisando Oportunidades de Negócios:**

- Aplicação de algumas análises clássicas da administração sobre os negócios:
  - SWOT (Matriz FOFA).
  - Modelo Timmons (oportunidade x recursos x equipe).
  - Matriz Risco X Incerteza.
  - Matriz Incerteza x Complexidade.
  - Matriz BCG.
  - Matriz de Ansoff (Produto/Mercado).
- As 5 forças competitivas do modelo Michael Porter.
- Alguns compostos de marketing: 4C, 4A e 4P.
- Definição estratégica de UEN x AEN (unidade e área estratégica de negócios).
- Definição estratégica de Atividade Fim x Atividade Meio.

## UNIDADE III - **O Plano de Negócios e análises financeiras:**

- Visão Geral sobre legislação empresarial para pequenos empresários.
- Visão Geral sobre Constituição de Empresas (naturezas jurídicas: MEI, ME, EPP, LTDA, Cooperativas, Franquias, Etc.).
- Análise Financeira para o plano e negócios:
  - Custo Oportunidade.
  - T.C.O. – Custo total de propriedade.
  - R.O.I. – Retorno sobre o investimento.
  - PAYBACK – Tempo de recuperação do investimento.
  - VPL – Valor presente líquido.
  - EVA – Valor econômico agregado (ou adicionado).
- Software de auxílio à elaboração de Planos de Negócios – SP\_Plan (SEBRAE).

## **6 - PROPOSTA METODOLÓGICA**

Estratégias de Ensino e Práticas pedagógicas variadas: aulas expositivas, estudo de caso, seminários, grupo de verbalização e grupo de observação, debates, estudo dirigido, *Game* pedagógico (*quiz* acadêmico), *PBL* – Aprendizagem Baseada em Problema. *POL* – *Project Oriented Learning*. Aprendizagem Baseada em Tecnologia (laboratório de informática da IES), Aprendizagem Colaborativa *on-line* (Fórum, Wiki - escrita colaborativa e outros), alternando construcionismo, instrucionismo e conectivismo.

## **7 - PROPOSTA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO ENSINO E APRENDIZAGEM**

### 1º Bimestre

Avaliação parcial diagnóstica impressa, com valor de 10,0 pontos (peso três).  
Avaliação bimestral diagnóstica on-line, com valor de 10,0 pontos (peso sete).

### 2º Bimestre

Avaliação parcial diagnóstica impressa, com valor de 10,0 pontos (peso três).  
Avaliação bimestral diagnóstica on-line, com valor de 10,0 pontos (peso sete).

## **8 - FONTES DE ESTUDO E PESQUISA**

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- DORNELAS, Jose Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 2 ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus; Elsevier, 2005.
- DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira; Thompson, 2005.
- TACHIZAWA, Takeshi. Criação de novos negócios: Gestão de Micro e Pequenas Empresas. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2010.
- TACHIZAWA, Takeshi; CRUZ JUNIOR, João Benjamim da; ROCHA, José Antonio de Oliveira. Gestão de negócios: visões e dimensões empresariais da organização. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- SALIM, Cesar Simões. Construindo planos de negócio. 3 ed. rev. e atualizada, Campus Elsevier, 2005.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- CHERTO, Marcelo; RIZZO, Marcus. Como comprar sua franquia passo a passo. São Paulo: Makron Books, 1991.
- DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed. São Paulo: Makron Books; Pearson, 2005.
- DOLABELA, Fernando. O segredo de Luisa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios – como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 30. ed.rev. e atual. São Paulo: Cultura, 2006.
- DORNELAS, Jose Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo. Rio de Janeiro, Campus Elsevier, 2008.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana a revolução digital. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2002.
- SAVIANI, José Roberto. Repensando as pequenas e médias empresas: como adequar os processos de administração aos novos conceitos de modernidade. São Paulo: Makron Books, 1994.