



PLANO DE ENSINO
SEMESTRE – 2020-1

1. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA:

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	TURMA (S)	TOTAL DE HORAS-AULA SEMESTRAIS
EPS5227	Planejamento Industrial	08212 e 08214	54

2. PROFESSOR(ES) MINISTRANTE(S)

Artur Santa Catarina

3. PRÉ-REQUISITO(S)

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA
EPS70719	Engenharia Econômica

4. EMENTA

Elaboração de anteprojetos e planos de negócios. Análise estratégica de competitividade. Estudos de mercado. Análise de processo produtivo. Estudo de tamanho e escala. Estudo de localização. Análise de viabilidade econômica e financeira. Análise de riscos.

5. OBJETIVOS

Esta disciplina tem como objetivo capacitar o aluno a desenvolver um anteprojeto empresarial levando em consideração aspectos mercadológicos de desenvolvimento de produto, localização, engenharia, ética, dentre outros fatores, permitindo analisar a viabilidade econômica e financeira do empreendimento.

Objetivos de Aprendizagem Ao final do curso o aluno deve estar capacitado para:

- Elaborar Anteprojetos e Planos de Negócios empresariais;
- Definir o posicionamento estratégico de um empreendimento em um mercado;
- Definir o mercado de atuação de um empreendimento, definindo o nicho de mercado pretendido pelo empreendimento assim como os produtos a serem disponibilizados ao mercado e política de preços do empreendimento;
- Definir o processo produtivo do empreendimento em análise bem como suas necessidades de recursos, definindo ainda o tamanho e a escala de produção;
- Realizar o estudo de localização de um empreendimento utilizando os principais métodos propostos pela literatura da área;
- Realizar a projeção de investimentos, desembolsos e entradas de caixa;
- Analisar a viabilidade econômica através dos principais métodos como o VPL, a TIR, o Payback Descontado e o VAUE.
- Analisar a viabilidade financeira longo prazo através do estudo da capacidade de pagamento de dívidas e definição da Estrutura de Capital.
- Analisar a viabilidade financeira curto prazo através da análise das necessidades e coberturas de capital de giro bem como a influência das políticas operacionais de curto prazo.
- Fazer análise dos riscos do empreendimento;
- Despertar visão para o empreendedorismo.

6. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Elaboração de anteprojetos e planos de negócios: investimento em projetos e empreendimentos, anteprojetos e planos de negócios, roteiro para a elaboração de um anteprojeto. 2. Análise estratégica de competitividade: estratégia, análise ambiental externa, análise ambiental interna, definição do mix estratégico. 3. Estudo de mercado: etapas do estudo de mercado, análise qualitativa e análise quantitativa, definição de nicho de mercado e definição de produto. 4. Estudo de localização. 5. Análise do processo produtivo e engenharia do produto. 6. Estudo do escala de produção e de tamanho. Determinação do investimento e projeção de receitas e custos. 7. Análise de viabilidade econômica: VPL, TIR, PAY-BACK Descontato. 8. Análise de viabilidade financeira de curto e longo prazo e definição da estrutura de capital. 9. Uso de planilhas financeiras. 10. Análise de riscos: riscos e incertezas em anteprojetos, qualidade dos dados de entrada, metodologia para análise de riscos, ferramentas para análise de riscos.

7. METODOLOGIA DE ENSINO

- Aulas não presenciais para a exposição do conteúdo programático principal da disciplina e a realização de dinâmicas com os alunos de forma síncrona e assíncrona, sendo que as atividades síncronas correspondem a aproximadamente 2/3 da carga horária, incluindo aulas expositivas e orientações aos trabalhos e exercícios
 - Aulas ao vivo (síncronas), com o uso preferencial da plataforma Moodle, através do recurso de salas virtuais (bigbluebutton), não havendo impedimento para se utilizar outra plataforma quando for conveniente.
 - Os conteúdos teóricos durante as aulas ao vivo devem durar pouco mais de 1 hora, estando incluída a oportunidade dos alunos tirarem dúvidas sobre o conteúdo e participarem da aula ao vivo através da plataforma.
 - As dinâmicas incluem o desenvolvimento e apresentação de exercícios, seminários e a orientação do trabalho da disciplina e devem ser realizadas de forma síncrona, também durante o horário de aula ou de forma assíncrona.
 - Os slides de aula e outras formas disseminação de conteúdo também terão versões assíncronas para que o aluno possa estudar em momentos não ao vivo.
 - Serão oferecidos aos alunos, individualmente ou em grupos, horários para orientação e sanar dúvidas fora do horário de aula, se for necessário.
- **Registro da frequência.** A frequência em sala de aula virtual será cobrada ao vivo durante as aulas. No caso de impedimento de participação do aluno, este poderá ter a sua frequência registrada através de entrega de produções relacionadas ao conteúdo da aula perdida, como: material escrito (resumos, artigos curtos, resolução de exercícios), vídeos e áudios gravados) e encaminhados ao professor, dentre outros.
- Estímulo ao uso de ferramentas de tecnologia da informação e aplicada, através de planilhas eletrônicas; softwares de análise de processo produtivo e plataforma virtual de apoio ao ensino (sistema moodle);
- Realização de seminários de apresentação dos trabalhos por meio virtual de forma síncrona e assíncrona.

8. AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados formalmente pelo desenvolvimento de um Anteprojeto, onde os alunos devem escolher um tema. A seguir estão citadas as avaliações e com os respectivos pesos na nota final e descrição sucinta.

- Tarefas/Participação em Sala de Aula: 5%, tarefas e atividades complementares a serem realizadas durante e fora do horário de aula.
- 1º. Relatório Parcial: 15%, texto no moodle e apresentação de 5 minutos na sala de aula virtual.
- 2º. Relatório Parcial: 30%, texto e planilha no moodle.
- Relatório Final: 50%, texto e planilha no moodle e apresentado em seção virtual de apresentação.
- Atividade de Extensão: até 10% da nota dependendo do escopo da atividade (reduzindo o peso do relatório final no % atribuído à atividade caso o aluno opte por fazer atividade de extensão).

Na atividade de extensão o aluno, individualmente ou em dupla deve aplicar algum dos conteúdos vistos em sala de aula a empresas atuantes no mercado. Por exemplo, estudo de mercado, estudo de localização, estudo de tamanho, análise de viabilidade econômica. A atividade de extensão terá que ser aprovada pelo professor. A atividade de extensão é optativa para os alunos.

Aos alunos que forem impedidos de fazer a sua avaliação (apresentação do trabalho) ao vivo durante o horário de aula será permitida a apresentação em outra oportunidade a ser cominada com os alunos.

Observações sobre as avaliações:

1. Estão VETADOS temas de trabalho como restaurantes, bares, lanchonetes, mercados, lojas, hotelaria, agências de turismo e empresas de consultoria.
2. Os temas ligados às engenharias (mecânica, elétrica, civil e produção) e tecnologia, serão mais valorizados. O professor poderá ser consultado para orientar na escolha do tema.
3. Alunos que estejam trabalhando ou estagiando podem desenvolver tema ligado a essas atividades.
4. Trabalhos entregues com atraso podem ter a sua nota reduzida.

Os alunos devem se certificar de que o e-mail do cadastro efetivamente funciona pois avisos importantes podem ser enviados por através do sistema.

Participação em Sala de Aula virtual: será avaliada a participação e cooperação nas atividades de grupo em sala de aula. Também, serão solicitadas atividades para serem finalizadas ou feitas fora de sala de aula. Alunos que participarem de seminários e palestras ligados a inovação, empreendedorismo e modelagem de negócios podem apresentar os certificados e incluir esta participação como atividade de campo.

9. CRONOGRAMA

Seguem os cronogramas para as duas turmas de planejamento industrial, 08214 e 08212, respectivamente. Modificações no

calendário previsto podem ocorrer e serão comunicadas em sala de aula e publicadas no moodle.

Turma de Terça-feira (08214)

10/mar	Apresentação da disciplina - Plano de Ensino e anteprojeto empresarial (presencial – pré-covid)
01/set	Plano de ensino, revisão de conteúdo e formação dos grupos
08/set	Estudo de Mercado
15/set	Análise Estratégica e de Competitividade
22/set	Orientação de Trabalhos
29/set	Entrega e apresentação do 1o. Relatório
06/out	Análise do Processo Produtivo
13/out	Estudo de Tamanho e Escala
20/out	Estudo de Localização
27/out	Levantamento de Investimentos, projeção de gastos e receitas
03/nov	Análise de Viabilidade Econômica e Financeira/ Entrega do 2o. Relatório (via moodle)
10/nov	Análise de Riscos e de Cenários
17/nov	Orientação de Trabalhos
24/nov	Modelagem de Negócios Canvas
01/dez	Entrega dos trabalhos (texto e planilha no moodle) e Seção de Apresentação de Trabalhos (síncrono no horário de aula)
08/dez	REC

Turma de Quinta-feira (08212)

05/mar	Apresentação da disciplina - Plano de Ensino e anteprojeto empresarial
03/set	Plano de ensino, estudo de mercado e orientação grupos e temas
10/set	Estudo de Mercado (continuação)
17/set	Análise Estratégica e de Competitividade
24/set	Orientação de Trabalhos
01/out	Entrega e apresentação do 1o. Relatório
08/out	Apresentação do 1o. Relatório (continuação)
15/out	Análise do Processo Produtivo
22/out	Estudo de Tamanho e Escala
29/out	Estudo de Localização
05/nov	Levantamento de Investimentos, projeção de gastos e receitas
12/nov	Orientação de Trabalhos
19/nov	Análise de Viabilidade Econômica e Financeira/ Entrega do 2o. Relatório (via moodle)
26/nov	Análise de Riscos e de Cenários
03/dez	Modelagem de Negócios Canvas
10/dez	Entrega dos trabalhos (texto e planilha no moodle) e Seção de Apresentação de Trabalhos (síncrono no horário de aula)
17/dez	REC

10. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

O principal material didático da disciplina são os slides apresentados em sala de aula.

Também serão utilizados artigos e outros trabalhos acadêmicos disponibilizados de forma online no moodle.

11. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CASAROTTO FILHO, Nelson. *Elaboração de Projetos Empresariais: Análise Estratégica, Estudo de Viabilidade e Plano de Negócio*. São Paulo, Atlas 2009.
- SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. *Administração da produção*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- CASAROTTO FILHO & KOPITTKE, B. *Análise de Investimentos*. São Paulo, Atlas 2009.
- KOTLER, Philip. KELLER, Kevin Lane. *ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING: 14a edição*. São Paulo: Pearson Education, 2012. 792 p.
- AZEVEDO, S. C. *Guai Valor Econômico de Marketing para pequenas e médias empresas!* Ed. São Paulo: Editora Globo S.A., 2002. 136 p. (Valor Econômico.)
- GARBER, ROGÉRIO. *Inteligência Competitiva de Mercado: como capturar, armazenar, analisar informações de marketing e tomar decisões num mercado competitivo* Salvador: Guia Econômico Valor de Marketing p/ pequenas e médias empresas
- MATTAR, FAUZE N. *Pesquisa de Marketing* São Paulo: Atlas., 1996. 270 p.p.
- Menezes, Hilton, *Comércio Eletrônico para Pequenas Empresas*, ISBN: 85-7502-120-6, www.visualbooks.com.br.