



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CAMPUS ARARANGUÁ - ARA

PLANO DE ENSINO

SEMESTRE 2012.2

I. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA:

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	Nº DE HORAS-AULA SEMANAIS		TOTAL DE HORAS-AULA SEMESTRAIS
		TEÓRICAS	PRÁTICAS	
ARA7212	Empreendedorismo	4	-	72

HORÁRIO		MÓDULO
TURMAS TEÓRICAS	TURMAS PRÁTICAS	Semi-presencial
05651 - 6-1010-2 4-1620-2		
05652 - 5-2020-2 3-1620-2		

PROFESSOR(ES) MINISTRANTE(S)

Profa. Simone Meister Sommer Bilessimo  
Email: simone.bilessimo@ufsc.br

III. PRÉ-REQUISITO(S)

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA
	Esta disciplina não possui pré-requisitos

IV. CURSO(S) PARA O(S) QUAL(IS) A DISCIPLINA É OFERECIDA

Bacharelado em Tecnologias da Informação e Comunicação

V. JUSTIFICATIVA

Esta disciplina é necessária para uma complementação da formação do profissional de Tecnologia da Informação e Comunicação. Fornece conceitos e desenvolve trabalhos que buscam contextualizar a importância da ação empreendedora nos diversos campos de atuação do bacharel em TIC (com ênfase em sistemas de informação, negócios digitais ou aspectos ligados à educação e cultura digital). O profissional da área de TIC necessita preparar-se para aplicar seus conhecimentos e habilidades em negócios criativos, na convergência digital, que venham a disponibilizar soluções à sociedade e suas organizações, nas áreas de formação e especialização escolhidas.

VI. EMENTA

Conceito de empreendimento, empreendedorismo e intra empreendedorismo. Ambientes da inovação: incubadoras e parques tecnológicos. Perfil do empreendedor. Geração de idéias. Análises e oportunidades. Mecanismos e procedimentos para criação de empresas. Qualidade e competitividade. Marketing pessoal e empresarial. Gestão do empreendimento. Fundamentos e componentes do Plano de Negócios. Estudo de Casos e desenvolvimento de protótipo de plano de negócios.

VII. OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Ao término do curso desta disciplina, os alunos deverão estar capacitados para lidar com os diversos elementos que estão inseridos em diferentes tipos de empreendimentos, nomeadamente os associados com: os Negócios Digitais, as Tecnologias Digitais e a Educação e Cultura Digital, assim como estimular a criatividade e o empreendedorismo dos alunos, dotando-os de espírito crítico, ético e social.

### **Objetivos Específicos:**

- Desenvolver uma visão ampla do empreendedorismo, do seu processo, da estruturação de novos projetos, ou o planejamento, a implantação e o gerenciamento de infra-estrutura de TI de empresas e organizações.
- Capacitar tecnicamente os alunos para atuar na criação, implantação, administração e revitalização de empreendimentos, antecipando-se aos fatos, implementando ideias, buscando oportunidades e assumindo riscos calculados de forma a gerar valor agregado e satisfazer as necessidades dos clientes.
- Aprofundar o desenvolvimento do espírito criativo e empreendedor dos alunos, estimulando-os a criar negócios próprios e inovadores.
- Identificar um corpo de conhecimentos sistematizados, de modo a desenvolver uma compreensão crítica do empreendedorismo, sua evolução, seu significado para a sociedade e para as organizações e para o aprendizado das demais disciplinas, além de sua importância no cotidiano nas organizações.

## **VIII. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

### UNIDADE 01: Fundamentos Conceituais

- 1.1. Empreendedorismo
- 1.2. Empreendedor
- 1.3. Empreendimento
- 1.4. Intraempreendedorismo
- 1.5. Perfil do Empreendedor
- 1.6. Processo Empreendedor

### UNIDADE 02: Ambientes da Inovação

- 2.1. Inovação: conceitos
- 2.2. Tipos de Inovação
- 2.3. Inovação e Criatividade
- 2.4. Inovação e Espírito Empreendedor
- 2.5. Incubadoras
- 2.6. Parques Tecnológicos

### UNIDADE 03: Identificação de Ideias de Negócios

- 3.1. Ideia x Oportunidade
- 3.2. Técnicas de Geração de Ideias
- 3.3. Avaliação de uma Oportunidade

### UNIDADE 04: Qualidade e Competitividade

- 4.1. Qualidade: conceitos e evolução
- 4.2. Modelos de Gestão da Qualidade

### UNIDADE 05: Marketing.

- 5.1. Marketing: princípios e conceitos
- 5.2. Composto de Marketing
- 5.3. Marketing Pessoal

### UNIDADE 06: Plano de Negócios

- 6.1. Importância do Plano de Negócio
- 6.2. Estrutura do Plano de Negócio
- 6.3. Desenvolvimento de um Protótipo de Plano de Negócio

### UNIDADE 07: Mecanismos e Procedimentos para a Criação de Empresas

- 7.1. Etapas para a Criação de Empresas
- 7.2. Tributos
- 7.3. Marcas e Patentes
- 7.4. Gestão do Empreendimento

### UNIDADE 08: Estudo de Casos de Empreendedores de Sucesso

- 8.1. Casos de Sucesso



## IX. METODOLOGIA DE ENSINO / DESENVOLVIMENTO DO PROGRAMA

1. Aulas expositivas intercaladas com discussões.
2. Material de apoio postado no Moodle.
3. Desenvolvimento de trabalhos e exercícios;
4. Aulas à distância com uso de material disponibilizado no Moodle.
5. Desenvolvimento de um protótipo de Plano de Negócio aplicando os conceitos desenvolvidos nas aulas expositivas.
- 6., Utilização da ferramenta Negócio Certo/SEBRAE

## X. METODOLOGIA E INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO

- A verificação do rendimento escolar compreenderá **frequência e aproveitamento** nos estudos, os quais deverão ser atingidos conjuntamente. Será obrigatória a frequência às atividades correspondentes a disciplina, com no mínimo 75% das aulas (Frequência Suficiente - FS), ficando reprovado o aluno com mais de 25% de faltas (Frequência Insuficiente - FI).
  - Será realizada uma Prova Escrita (PE) referente aos conteúdos das Unidades 1 a 6.
  - A nota da Prova Escrita (PE) terá peso 4 (quatro) para cálculo da média final da disciplina.
  - A média dos trabalhos (MT) terá peso 3 (três) para cálculo da média final da disciplina.
  - O protótipo de Plano de Negócio (PN) desenvolvido terá peso 3 (três) para cálculo da média final da disciplina.
  - Média Final (MF) = 0,4. PE + 0,3. MT + 0,3. PN
  - A nota mínima para aprovação na disciplina será MF >= 6,0 (seis) e Frequência Suficiente (FS). (Art. 69 e 72 da Res. nº 17/CUn/1997).

O aluno com Frequência Suficiente (FS) e média das notas de avaliações do semestre MF entre 3,0 e 5,5 terá direito a uma nova avaliação no final do semestre (REC), exceto as atividades constantes no art. 70, § 2º. A Nota Final (NF) será calculada por meio da média aritmética entre a média das notas das avaliações parciais (MF) e a nota obtida na nova avaliação (REC). (Art. 70 e 71 da Res. nº 17/CUn/1997).

$$NF = \frac{(MF + REC)}{2}$$

- Ao aluno que não comparecer às avaliações ou não apresentar trabalhos no prazo estabelecido será atribuída nota 0 (zero). (Art. 70, § 4º da Res. nº 17/CUn/1997)

### Observações:

### Nova avaliação

• Pedidos de segunda avaliação somente para casos em que o aluno, por motivo de força maior e plenamente justificada, deixar de realizar avaliações previstas no plano de ensino, e deverá ser formalizado via requerimento de avaliação à Secretaria Acadêmica do Campus Araranguá dentro do prazo de 3 dias úteis apresentando comprovação.

## XI. CRONOGRAMA TEÓRICO

AULA (semana)	DATA	ASSUNTO
1ª	03/09/12 a 08/09/12	
2ª	10/09/12 a 15/09/12	Apresentação do Plano de Ensino Unidade 01: Fundamentos Conceituais 1.1. Empreendedor 1.2. Empreendimento 1.3. Intraempreendedorismo
3ª	17/09/12 a 22/09/12	Unidade 01: Fundamentos Conceituais 1.1. Perfil do Empreendedor 1.2. Processo Empreendedor
4ª	24/09/12 a 29/09/12	UNIDADE 02: Ambientes da Inovação 2.1. Inovação: conceitos 2.2. Tipos de Inovação 2.3. Inovação e Criatividade

5 <sup>a</sup>	01/10/12 a 06/10/12	UNIDADE 02: Ambientes da Inovação 2.4. Inovação e Espírito Empreendedor 2.5. Incubadoras 2.6. Parques Tecnológicos
6 <sup>a</sup>	08/10/12 a 13/10/12	UNIDADE 03: Identificação de Ideias de Negócios 3.1. Ideia x Oportunidade 3.2. Técnicas de Geração de Ideias 3.3. Avaliação de uma Oportunidade
7 <sup>a</sup>	15/10/12 a 20/10/12	Apresentação das Ideias de Negócios (Equipes)
8 <sup>a</sup>	22/10/12 a 27/10/12	UNIDADE 04: Qualidade e Competitividade 4.1. Qualidade: conceitos e evolução 4.2. Modelos de Gestão da Qualidade
9 <sup>a</sup>	29/10/12 a 03/11/12	UNIDADE 05: Marketing. 5.1. Marketing: princípios e conceitos 5.2. Composto de Marketing 5.3. Marketing Pessoal
10 <sup>a</sup>	05/11/12 a 10/11/12	UNIDADE 06: Plano de Negócios 6.1. Importância do Plano de Negócio 6.2. Estrutura do Plano de Negócio
11 <sup>a</sup>	12/11/12 a 17/11/12	UNIDADE 06: Plano de Negócios: Estrutura do Plano de Negócio (cont)
12 <sup>a</sup>	19/11/12 a 24/11/12	UNIDADE 06: Plano de Negócios: Desenvolvimento de um Protótipo de Plano de Negócio
13 <sup>a</sup>	26/11/12 a 01/12/12	<b>PROVA</b>
14 <sup>a</sup>	03/12/12 a 08/12/12	UNIDADE 06: Plano de Negócios: Desenvolvimento de um Protótipo de Plano de Negócio
15 <sup>a</sup>	10/12/12 a 15/12/12	UNIDADE 07: Mecanismos e Procedimentos para a Criação de Empresas 7.1. Etapas para a Criação de Empresas 7.2. Tributos 7.3. Marcas e Patentes 7.4. Gestão do Empreendimento UNIDADE 08: Estudo de Casos de Empreendedores de Sucesso
16 <sup>a</sup>	17/12/12 a 22/12/12	UNIDADE 07: Mecanismos e Procedimentos para a Criação de Empresas 7.5. Etapas para a Criação de Empresas 7.6. Tributos 7.7. Marcas e Patentes 7.8. Gestão do Empreendimento UNIDADE 08: Estudo de Casos de Empreendedores de Sucesso <b>Entrega do Trabalho – versão final</b>
17 <sup>a</sup>	18/02/13 a 23/02/13	<b>Nova Avaliação (Prova de recuperação)</b>
18 <sup>a</sup>	25/02/13 a 28/02/13	<b>Publicação de Notas</b>

\*As aulas referentes a semana do dia 03/09 a 08/09 serão repostas na forma de atividades extraclasse.

## XII. Feriados previstos para o semestre 2012-2:

DATA	
07/09/2012	Independência do Brasil – Feriado Nacional (Lei n° 662/49)
12/10/2012	Nossa Senhora Aparecida – Feriado Nacional (Lei n° 6802/80)
02/11/2012	Finados – Dia Santificado
15/11/2012	Proclamação da República – Feriado Nacional (Lei n° 662/49)

## XIII. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BIZZOTTO, Carlos Eduardo N. **Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores**. São Paulo: Atlas, 2008.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. reimpr.. Sao Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. 440 p.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.



MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. (consta na BU Virtual)

#### XIV. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CARVALHO Mary; LAURINDO Fernando. **Estratégia para competitividade**. São Paulo: Futura, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

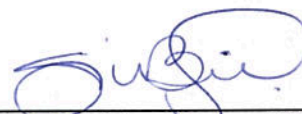
DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empresendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

MARCONDES, R. C.; BERNARDES, C. **Criando empresas para o sucesso**: Empreendedorismo na prática. São Paulo: Saraiva, 2004.

MONTIBELLER FILHO. G.; MACEDO M.; FIALHO. F. A. P. **Empreendedorismo na era do conhecimento**. Florianópolis: Visual Books, 2006.

Os livros acima citados constam na Biblioteca Universitária e Setorial de Araranguá.  
Algumas bibliografias também podem ser encontradas na Biblioteca Virtual da UFSC.



Prof. Simone Meister Sommer Bilessimo

Aprovado na Reunião do Colegiado do Curso 11/09/2012



Coordenador do Curso

Prof. Dr. Alexandre Leopoldo Gonçalves  
Coordenador do Curso de Tecnologias da  
Informação e Comunicação  
SIADP: 1005747 Portaria nº 244/2012