



Universidade Federal do Ceará
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade
Departamento de Administração

PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre

1. Identificação					
1.1. Unidade: FEAAC					
1.2. Curso: Administração					
1.3. Nome da Disciplina: CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS					
1.4. Código da Disciplina: ED0129					
1.5. Caráter da Disciplina: () Obrigatória (X) Optativa					
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: (X) Semestral () Anual () Modular					
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64h	C.H. Teórica: 64h	C.H. Prática: –	C.H. EaD: –	C.H. Extensão: –	C.H. Prática como componente curricular – PCC ¹ (apenas para cursos de licenciatura):
1.8. Pré-requisitos: ED0122 e ED0185					
1.9. Co-requisitos: não há					
1.10. Equivalências: não há					
1.11. Professores pertencentes à Unidade Curricular Administração Mercadológica: Cláudia Buhamra Abreu Romero; Fabiana Nogueira H Ferreira; Francisco Vicente Sales Melo; Hugo Osvaldo Acosta Reinaldo; Luiz Carlos Murakami.					
2. Justificativa					
<p>As <i>startups</i> são novos formatos de negócios que oferecem muitas oportunidades de empreendedorismo aos administradores, historicamente preparados para atuar na gestão de “chão de fábrica” ou em cargos executivos de empresas públicas e privadas. Assim, na disciplina de Criação de Novos Negócios os alunos são estimulados a estudar e exercitar as práticas de ideação, planejamento e desenvolvimento de novos negócios, experimentando a criação e desenvolvimento de um empreendimento E por seu caráter multidisciplinar, essa disciplina é convidativa a alunos de diversos cursos da universidade que desejam empreender nas mais diferentes áreas de atuação.</p>					

3. Ementa	
<p>Empreendedorismo no contexto global, nacional e local. Habilidades e características do empreendedor; processo empreendedor.</p> <p>Criação e captura de valor para o cliente; estratégia empresarial e de marketing; análise do ambiente de marketing; administração das informações de marketing; comportamento de compra do consumidor final; comportamento de compra do comprador organizacional; estratégia de marketing orientada para o cliente: segmentação e posicionamento de mercado.</p> <p>Geração de modelo e plano de negócios.</p>	
4. Objetivos – Geral e Específicos	
<p>Geral: Ser capaz de empreender de forma planejada e estruturada, elevando as chances de sucesso e reduzindo os riscos de fracasso de novos negócios.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saber diferenciar os conceitos de ideia e oportunidade; • Ter a capacidade de identificar suas competências empreendedoras; • Estar apto a elaborar um plano de negócio; • Ter consciência das atitudes e comportamentos exigidos de um empreendedor, • Estar ciente dos bônus e do ônus de ter seu próprio negócio. 	
5. Descrição do Conteúdo/Unidades	Carga Horária
1 Definições iniciais	8h
1.1 O que é ser Empreendedor	
1.2 Papeis na administração de um negócio: Empreendedor, Empresário, Executivo e Empregado.	
1.3 Habilidades e características do empreendedor	
2 A procura por oportunidades de negócios;	8h
2.1 O ambiente empreendedor	
2.2 Motivos para Iniciar um Negócio Próprio	
2.4 Negócio baseado no empreendedor	
2.5 Alguns erros a serem evitados	
3 Desenvolvendo o conceito do negócio	8h
3.1 Necessidades, clientes e formato do negócio	
4 O <i>Business Model Canvas</i>	8h
4.1 Definição e origem	
4.1 Etapas	
5 Etapas do Plano de Negócios	32h
5.1 Missão da empresa	
5.2 Análise de Mercado	
5.3 O Plano de Marketing	
5.4 O Plano operacional	
5.5 O Plano Financeiro	
5.6 Construção de Cenários	
5.7 Avaliação Estratégica (SWOT)	
5.8 Plano de Ação	
5.9 Avaliação do Plano de Negócio	
6. Metodologia de Ensino	
<p>Aulas expositivas e interativas</p> <p>Estudos de caso</p> <p>Análise e interpretação de textos e vídeos</p>	

7. Atividades Discentes

Trabalhos individuais e em equipe
Seminários de novos negócios
Resenha de textos e estudos de caso

8. Avaliação

Os alunos serão avaliados por meio de prova e trabalhos individuais e em grupo.
A nota é composta por:
Média Aritmética de prova(s) e trabalho final + atividades diversas (até 1,0 ponto)
Prova Final para os que não atingem média 7,0 (sete)

9. Bibliografia Básica e Complementar

Básica:

Degen, Ronald J. **O Empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Complementar:

Dornelas, j. C. A. **Empreendedorismo**. Transformando ideias em negócios. LTC Editora - GEN Grupo Editorial Nacional. 2014, Rio de Janeiro.

Tupinambá, A. C. R. **Pequenos empresários brasileiros e alemães**: um estudo comparativo. Revista de Psicologia, v.15(1/2) v.16(1/2), p.67-84, jan/dez, 2000, Fortaleza.

Artigos e casos de revistas científicas nacionais e internacionais