

PROGRAMA DE DISCIPLINA

Disciplina: Projetos Empresariais	Código da Disciplina: EPD036	
Curso: Engenharia Mecânica	Semestre de oferta da disciplina: 8º e 9º	
Faculdade responsável: Engenharia de Produção		
Programa em vigência a partir de: 2015/2		
Número de créditos: 03	Carga Horária: 45	Horas/aulas: 54

EMENTA:

O empreendedor e o empresário. Desenvolvimento da capacidade empreendedora. Identificação e aproveitamento de oportunidades. Aquisição e gerenciamento dos recursos necessários aos negócios. Fatores de sucesso e fracasso na criação de empresas. O plano de negócios.

OBJETIVOS GERAIS

Conhecer os processos necessários para empreender

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Contribuir para o desenvolvimento da capacidade empreendedora através de atividades teóricas e práticas;
Fazer uso das tecnologias da informação, adequando-as aos novos modelos organizacionais e dos processos e sistemas de inovação tecnológica.

CONTEÚDO

1. A atividade empreendedora em uma economia globalizada.
2. As mudanças no mundo do trabalho e o empreendedorismo.
3. Processos de apoio ao autoconhecimento.
4. Perfil e característica do empreendedor.
5. Processo visionário.
6. Identificação de oportunidades.
7. Rede de relações.
8. Plano de negócios.

ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM

- Aulas expositivas (teoria, exemplos e exercícios de fixação). Recursos: data show, quadro negro e livros.
- Proposição e resolução de problemas e estudos de caso enfatizando os conteúdos trabalhados, procurando contemplar situações do mundo real para que os alunos desenvolvam a capacidade de contextualização.

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

Realização de três avaliações e apresentação de seminários.
Trabalhos em grupo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- AVENI, A. **Empreendedorismo contemporâneo**. São Paulo: Atlas, 2014.
- LINS, L. dos S. **Empreendedorismo: uma abordagem prática e descomplicada**. São Paulo: Atlas, 2015.
- SALIN, C. S. **Construindo Planos de Negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso**. Rio de Janeiro: Campos, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- HOLLOWAY, R. J. et al. **Marketing para o desenvolvimento**. Livros Técnicos e Científicos Ed. S. A. Rio de Janeiro, 1973.
- KOTLER, P. **Administração de marketing. Análise, planejamento, implementação e controle**, Ed. Atlas, 5ª edição.
- PORTER, M. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e concorrência**, 8 ed. Rio de Janeiro: Campos, 1991.364p.
- PORTER, M. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campos, 1990.

Aprovado pelo Conselho da Faculdade em: ____/____/____.

Assinatura e carimbo da Direção da Faculdade