

Curso: ENGENHARIA	
Unidade Curricular: EMPREENDEDORISMO	
Professor(es): Fabricio Borelli / Genésio Moreira Filho	
Período Letivo: 7º	Carga Horária: 30 horas
OBJETIVOS	
<p>Geral:</p> <p>Desenvolver as habilidades requeridas para o processo de concretização de ideias, construindo um negócio, seja como empresário/empreendedor ou intra-empreendedor organizacional.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver com práticas todos os comportamentos de um empreendedor; • Desenvolver um pensamento criativo, motivado e estratégico; • Elaborar planos de negócios; • Conhecer ferramentas que facilitam o desenvolvimento de novos negócios. • Manipular o Business Model Canvas. 	
EMENTA	
<p>Utilizar uma prática de criação de uma empresa pelo aluno para desenvolver no mesmo as características do comportamento empreendedor. Motivação e espírito empreendedor: o mito do empreendedor; construção de uma visão; vida pessoal e vida empresarial; o empreendedor, o gerente e o técnico. Effectuation: princípios, ciclo, algoritmo e heurística. Business Model Canvas (BMC): definição de modelo de negócios; os 9 componentes; o canvas. Lean Start Up: o método da start up enxuta; visão, direção e aceleração. Franquias: definição; protótipo; trabalhar para o negócio; benchmarking; técnicas de identificação e aproveitamento de oportunidades. Plano de negócios: caracterização; plano de marketing; análise e estratégia de mercado; plano financeiro; fluxo de caixa; ponto de equilíbrio; payback.</p>	
PRÉ-REQUISITO (SE HOUVER)	
Economia para Engenharia.	
CONTEÚDOS	Carga Horária
<p>1 – UNIDADE I: Motivação e Espírito Empreendedor na Engenharia</p> <p>1.1 – O mito do empreendedor e as características do comportamento de um empreendedor.</p> <p>1.2 – Construção de uma visão.</p> <p>1.3 – Vida pessoal e vida empresarial.</p> <p>1.4 – O empreendedor, o gerente e o técnico.</p>	6h
<p>2 – UNIDADE II: EFFECTUATION (SEM REFERÊNCIAS)</p> <p>2.1 – Princípios.</p> <p>2.2 – Ciclo.</p> <p>2.3 – Algoritmo e Heurística.</p>	4h

3 – UNIDADE III: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) – (SEM REFERÊNCIAS)		
3.1 – Definição de Modelo de Negócios.		6h
3.2 – Os 9 componentes.		
3.3 – O Canvas.		
4 – UNIDADE IV: LEAN START UP (SEM REFERÊNCIAS)		
4.1 – O método da Start Up enxuta.		4h
4.2 – Visão, direção e aceleração.		
5 – UNIDADE V: FRANQUIAS		
5.1 – Definição.		4h
5.2 – Protótipo.		
5.3 – Trabalhar para o negócio.		
5.4 – <i>Benchmarking</i> .		
5.5 – Técnicas de identificação e aproveitamento de oportunidades.		
6 – UNIDADE VI: PLANO DE NEGÓCIOS		
6.1 – Caracterização		6h
6.2 – Plano de marketing		
6.3 – Análise e estratégia de mercado		
6.4 – Plano Financeiro		
6.5 – Fluxo de Caixa, Ponto de Equilíbrio, <i>Payback</i> .		
Total		30h
METODOLOGIA		
Aulas expositivas interativas. Avaliação comportamental com a criação de uma empresa a ser livremente proposta pelo aluno para a aferição do comportamento empreendedor durante o curso. Estudo em grupo com apoio de referências bibliográficas. Leitura e apresentação de livros com o tema empreendedorismo. Palestras com convidados externos. Visita de campo para conhecer um ambiente de coworking. Projetos em grupo: elaboração de um plano de negócios.		
RECURSOS		
Quadro branco, computador e projetor multimídia, visitas a empresas, ciclo de palestras		
AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM		
<p style="text-align: center;">Critérios</p> <p>Estará aprovado no componente curricular o aluno que obtiver nota semestral maior ou igual a 60 pontos e frequência igual ou superior a 75%.</p> <p>Será submetido ao instrumento final de avaliação o aluno que obtiver nota inferior a 60 pontos e a frequência mínima exigida.</p> <p>Será considerado aprovado no componente curricular o aluno que obtiver nota final igual ou superior a 60 pontos, resultante da média aritmética entre a nota semestral das avaliações parciais e a nota do exame final.</p>	<p style="text-align: center;">Instrumentos</p> <p>O semestre terá a pontuação total de 100 pontos divididos da seguinte forma:</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2001.

CORAL, Eliza; OLGARI, André; ABREU, Aline França de. **Gestão integrada da inovação**. São Paulo: Atlas, 2008.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos (Org.). **Empreendedorismo estratégico**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DIAS, Sergio Roberto (Coord). **Gestão de marketing**. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2010.

DORNELLAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LACRUZ, Adonai José. **Plano de negócios: passo a passo: transformando sonhos em negócios**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.