



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: GESTÃO DE NEGÓCIOS E EMPREENDEDORISMO	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: 45 HORAS	CH TOTAL PRÁTICA: -	CH TOTAL: 45 HORAS

OBJETIVOS

Desenvolver a capacidade empreendedora, aprender a identificar oportunidades de negócios, e a criar e gerenciar um novo negócio. Compreender e aplicar conceitos como produto/serviço, análise de mercado e desenvolvimento de plano de negócio. Ser capaz de aplicar estratégias de marketing, estruturação da organização e da equipe, planejamento econômico-financeiro.

EMENTA

Carreira empreendedora. Conceitos de empreendedorismo. Identificação de oportunidades. Metas financeiras. Definição do produto/serviço. Plano de negócio. Análise do mercado. Estratégias de marketing. Estruturação da organização e da equipe. Planejamento econômico-financeiro. Fontes de financiamento.

PROGRAMA

1. CARREIRA EMPREENDEDORA
 - 1.1 Carreira e sucesso profissional
 - 1.2 Ideias de negócios
2. CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO
 - 2.1 O que é empreendedorismo
 - 2.2 Comportamentos e características de um empreendedor
 - 2.3 Visão pessoal

2.4 Conceito de negócio

3. IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES

3.1 Identificação de oportunidades de negócio

3.2 Como avaliar oportunidades de negócio

3.3 Pesquisa de mercado: tipos, vantagens e desvantagens, etapas

3.3.1 Como coletar dados

3.3.2 Fontes de pesquisa

4. OBJETIVOS FINANCEIROS

4.1 Metas pessoais e viabilidade financeira

4.2 Viabilidade financeira

4.3 Conceitos e indicadores financeiros

5. DEFINIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO

5.1 Conceito de produto/serviço

5.2 Modelos de negócios

5.3 Propriedade intelectual

5.4 Regulamentos governamentais

6. PLANO DE NEGÓCIO

6.1 Conceitos básicos

6.2 Estrutura do plano de negócio

7. ANÁLISE DO MERCADO

7.1 Canais de distribuição de produtos

7.2 Canais de marketing para serviços

7.3 Canais de distribuição combinados para produtos/serviços

7.4 Vantagem competitiva

7.5 Fatores críticos de sucesso

7.6 Análise de mercado

7.7 Processo de precificação

7.8 Plano de marketing

f

8. ESTRATÉGIAS DE MARKETING

8.1 Marca do negócio

8.2 Localização

8.3 Atividades de marketing

8.4 Métodos e processo de vendas

9. ESTRUTURAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E DA EQUIPE

9.1 Estrutura legal e tributária do negócio

9.2 Administração das principais funções do negócio

9.3 Organização da equipe de trabalho

9.4 Plano organizacional

10. PLANEJAMENTO ECONÔMICO-FINANCEIRO

10.1 Análise da lucratividade

10.2 Estimativas de vendas e despesas

10.3 Projeções financeiras

10.4 Fluxo de caixa

11. FONTES DE FINANCIAMENTO

11.1 Estágios de desenvolvimento do negócio

11.2 Tipos de fontes de financiamento: internas, criativas, tradicionais e alternativas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier-Campus, 3. ed., 2008.

INSTITUTO EMPREENDER ENDEAVOR. **Crie seu negócio de alto impacto**: livro do empreendedor. Endeavor, 2010.

VILELA, M.; ATELJEVIC, J.; PAGE, S. **Turismo e empreendedorismo**. São Paulo: Elsevier-Campus, 2011.

f

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. S.Paulo: Cengage Learning. 2007.
- DEGEN, R.J. **Empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DORNELAS, José C.A. **Planos de negócios que dão certo**. Rio de Janeiro: Campus. 2008.
- FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. (orgs.). **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- HIRISCH, R. D.; PETERS, M.P.; SHEPER, P.D. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

APROVAÇÃO

11 / 6 / 2012

Eliane Maria de Carvalho
Universidade Federal de Uberlândia
Prof.ª Dra. Eliane Maria de Carvalho
Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso
Portaria P.N. 406/11

12 / 06 / 2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Prof. Walter Gomes da Cunha
Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
Portaria P.N. 411/11