

# MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO

SECRETARIA DA EDUCAÇÃO SUPERIOR

## CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA

CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

|              |
|--------------|
| DEPARTAMENTO |
| <b>DEPRO</b> |

|                              |
|------------------------------|
| PLANO DE CURSO DA DISCIPLINA |
| <b>GESTÃO EMPREENDEDORA</b>  |

|                  |
|------------------|
| CÓDIGO           |
| <b>GPRO 7815</b> |

|           |
|-----------|
| PERÍODO   |
| <b>8º</b> |

|             |
|-------------|
| ANO         |
| <b>2007</b> |

|           |
|-----------|
| SEMESTRE  |
| <b>1º</b> |

|                          |
|--------------------------|
| PRÉ-REQUISITOS           |
| <b>SEM PRÉ-REQUISITO</b> |

|          |
|----------|
| CRÉDITOS |
| <b>2</b> |

| AULAS/SEMANA |          |          |
|--------------|----------|----------|
| TEÓRICA      | PRÁTICA  | ESTÁGIO  |
| <b>1</b>     | <b>2</b> | <b>0</b> |

|                            |
|----------------------------|
| TOTAL DE AULAS NO SEMESTRE |
| <b>54</b>                  |

### EMENTA

Os temas para a disciplina serão: Geração de Idéias e Proposta de Valor; Planejamento Estratégico; Estruturação de Negócios; Capital de Risco e Estratégias de Saída.

### BIBLIOGRAFIA

- Referência Geral: Clemente, Armando et al. Planejamento do Negócio: como transformar idéias em realizações, Rio de Janeiro, Lucerna, 2004. ([www.lucerna.com.br](http://www.lucerna.com.br)).

Específicas:

- BOONE, Louis E; KURTZ, David L. Marketing Contemporâneo. Trad. Aline Neves Leite de Almeida et al. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1998.
- BYGRAVE, W. D. TIMMONS J. A. Venture Capital at the Crossroads. Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 1992.
- CARSON G. B., Production Handbook, Ronald Press, NY, 1967.
- CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas, 1ª edição, Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1999.
- DAFT, R. Organizações – Teorias e Projetos, Thonson Pioneira, 2002.
- DAMODARAM, A., Investment valuation: 2 ed., MIT NYU, 2001.
- DORNELAS, J.C.A. Plano de Negócios: Estrutura e Elaboração. Apostila. São Carlos SP, 1999
- EDVINSSON, L. e MALONE M. S., “CAPITAL INTELECTUAL – Descobrimdo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos”, tradução Roberto Galman, revisão técnica Petros Katalifos, São Paulo, Makron Books, 1998.
- GERBER, M. E. O mito do Empreendedor, Saraiva: São Paulo, 1996.
- GITMAN, L. J. Princípios de Administração Financeira. 7 ed Harbra, São Paulo, 1997.

- HALLORAN, J. W. Por que os empreendedores falham, Makron Books: São Paulo, 1994.
- HAMEL, G., PRAHALAD, C.K. “Competindo pelo Futuro - Estratégias Inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã” , tradução Outras Palavras, Editora Campus, Rio de Janeiro, 1995.
- JIAN. Handbook of Business Planning: BizPlan Builder Interactive. JIAN Tools. Mountain View CA, 1997.
- KAPLAN, Robert S., & DAVID P. Norton. The balanced Scorecard: translating strategy into action. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Publishing, 1996.
- KOTLER, P. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. Trad. Bazán Tecnologia e Linguística. São Paulo: Editora Futura, 1999.
- KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary Princípios de marketing, Prentice Hall do Brasil: Rio de Janeiro, 1993.
- MINTIZBERG, H., QUINN, JB. “O Processo Estratégico – leituras”, Ed. Bookman, trad. da 3ª edição, 2001.
- MINTZBERG H. E QUINN J.B., The Structuring of Organizations in the Strategic Process, NY, 1992.
- PANKAJ, G., A Estratégia e o Cenário dos Negócios. Bookman, Porto Alegre, 2000.
- PAVANI, Claudia, Plano de Negócios: planejando o sucesso do seu empreendimento, Lexikon Informática: Rio de Janeiro. 1964.
- PINSON, L. Anatomy of a Business Plan. 3. ed. Chicago: Upstart Publishing Company, 1996.
- PMI, A guide to the Project management body of knowledge (PMBOK Guide) Newtown, Square, PA, Project Management Institute, 2000.
- REAL, Mauro Côrte. Marketing de Tecnologia: Para empresas de base tecnológica. Porto Alegre:SEBRAE/RS, 1999.
- RUMMLER G.A. & BRACHE A. P., Melhores Desempenhos das Empresas, editora Makron Books, São Paulo, 1992.
- SAHLMAN, W.A. How to Write a Great Business Plan. Harvard Business Review, jul-aug, 1997.
- SANTOS, S. A. Criação de Empresas de Alta Tecnologia: Capital de Risco e os Bancos de Desenvolvimento. Ed. Pioneira. São Paulo, 1987.
- SBA - United States Small Business Administration, <http://www.sba.gov>, nov. 1998.
- SCHEIN E. H., Organizational Culture and Leadership, 2ª edição, São Francisco, 1992.
- SIEGEL, E. et alli, Guia Ernst & Young para desenvolver o seu plano de negócios. Record, Rio de Janeiro, 1987.
- SLACK N. et al, Administração da Produção, Editora Atlas, 1999.
- TACHIZAWA, T. Gestão Ambiental, Makros, 2000.
- ZYMAN, Sergio. O Fim do Marketing como nós Conhecemos. Trad. Flávia Rössler. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.
- 

### **OBJETIVOS GERAIS**

Promover o aprendizado do corpo discente em temas afetos à gestão empreendedora, por meio de provimento de base conceitual e desenvolvimento de atividades práticas.

A disciplina tem como objetivo específico a realização de trabalhos com três tipos de foco:

- Empreendimentos tecnológicos, como especial atenção para a comercialização de software, hardware e equipamentos de base tecnologia;
- Empreendimentos relativos à prestação de serviços. Nestes casos, os serviços serão o principal objeto de comercialização, mas deverão ter base tecnológica.
- Empreendimentos sociais, relativos realização de atividade não governamental

que contribua para complementar o Estado ou de forma geral contribua para a melhoria das relações sociais da população.

### METODOLOGIA

Parte Teórica: exposição teórica e expositiva de temas, exercícios de aplicação, apresentação de casos.

Parte Prática: Elaboração de Plano de Negócios; apresentação de planos de negócios.

### CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

Prova individual e trabalho de campo em equipe.

### CHEFE DO DEPARTAMENTO

| NOME                      | ASSINATURA |
|---------------------------|------------|
| Marina Rodrigues Brochado |            |

### PROFESSOR RESPONSÁVEL PELA DISCIPLINA

| NOME                     | ASSINATURA |
|--------------------------|------------|
| Rafael Paim Cunha Santos |            |

**APROVADO PELO CONSELHO DEPARTAMENTAL EM:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

### PROGRAMA

#### 1. Apresentação da Disciplina e Visão Geral dos Temas

- Estratégia
- Modelo Organizacional
- Modelo de Marketing
- Modelo Operacional
- Competências Essenciais
- Modelo Financeiro
- Estratégia de Saída

#### 2. Geração de Idéias

- Geração de Idéias
- Proposta de Valor
- Focos em empreendimentos de base tecnológica, prestação de serviços e organizações sociais.

#### 3. Planejamento Estratégico

- Origem da Estratégia
- Estratégia como Padrão, Posição, Manipulação, Perspectiva e Plano
- Análise externa e interna

#### 4. Modelo Organizacional

- Tipos de Configurações organizacionais
- Tipos de Estruturas Organizacionais

## **5. Modelo de Marketing**

- Noções básica de Mercado-alvo e segmentação; Necessidades, Desejos e Demandas
- Produto, Oferta e Marca; Valor e Satisfação; Troca e Transações; Canais de marketing; e Concorrência.

## **6. Modelo Operacional**

- Cadeia de Valor
- Definição de Processos
- Noções básicas de modelagem de processos

## **7. Modelo Financeiro**

- Noções de Risco
- Noções de DRE e Fluxo de Caixa
- Noções de VPL, TIR, ROI

## **8. Estratégia de Saída**

- Participação
- Planejamento de Saída
- Cláusulas de Saída
- Estratégia de Saída