

IFF FLUMINENSE **CST EM MANUTENÇÃO INDUSTRIAL**

Empreendedorismo – CH: 40 h/a

Nova realidade do mundo do trabalho. Empreendedorismo e o empreendedor: conceitos e definições. Ética no empreendedorismo: possibilidade ou ilusão? Metas e objetivos na ação empreendedora. Perfil do empreendedor e auto-avaliação. Análise de indicadores sócio-econômicos da região norte-fluminense. Análise de mercado. Construção da visão de negócio – trabalhando a idéia. Construção da rede de relações (network). Elaboração e apresentação de um plano de negócios simplificado.

Objetivos

- Discutir o perfil do empreendedor e o motivo pelo qual as pessoas buscam tornar-se empresárias.
- Abordar as questões relacionadas com a identificação das oportunidades de negócios, metas e objetivos, apontando tendências globais que geram estas oportunidades.
- Análise do Mercado, Marketing e indicadores sócio-econômicos, antes de iniciar o negócio, avaliando os potenciais concorrentes, consumidores e fornecedores.
- Trabalhar o projeto da linha de produtos e serviços que o seu negócio oferecerá aos clientes, discutindo atributos ou características que devem ter para atender as necessidades dos clientes.
- Refletir sobre as questões éticas relacionadas ao comércio dos produtos/serviços.
- Construção de um Plano de Negócios Simplificado, realizando dessa forma um planejamento financeiro do empreendimento para expressar a viabilidade do seu futuro negócio.

Conteúdo Programático

Unidade I – Introdução

- 1.1. Conceituação
- 1.2. Histórico

Unidade II – Apresentação da expectativa dos alunos sobre o curso e disciplina

- 2.1. Depoimentos

Unidade III – Empreendedorismo e o Empreendedor

- 3.1. Conceitos
- 3.2. Definições

Unidade IV – A importância na definição de metas e objetivos (visão de futuro)

- 4.1. Como se constroem metas e objetivos de curto, médio e longo prazo.

Unidade V – Ética no Empreendedorismo – metas e objetivos

- 5.1. Conceitos e Definições
- 5.2. É possível ser ético nos negócios?

Unidade VI – Avaliação dos indicadores socioeconômicos da região

- 6.1. Identificação das potencialidades regionais através da análise de dados populacionais, territoriais, orçamento público, PIB, arrecadação ICMS, INSS, movimentação bancária e infra-estrutura.
- 6.2. Papel dos governos no fomento a atividade produtiva de pequeno porte

Unidade VII – Marketing e Análise do Mercado

- 7.1. Papel da propaganda na difusão de novos negócios
- 7.2. Análise do mercado e competitividade
- 7.3. Exercício de elaboração de uma pesquisa de mercado

Unidade VIII – Construção da visão de negócio

- 8.1. A descoberta de nichos de mercado
- 8.2. A identificação da idéia
- 8.3. A transformação da idéia numa oportunidade de negócio

Unidade IX – Entrevista com um empreendedor

- 9.1. Entrevista a ser feita em aula na busca da história de vida e da construção do empreendimento

Unidade X – Modelagem da Entrevista

- 10.1 – Extrair da entrevista com o empreendedor o que for essencial através da elaboração de resenha da entrevista seguida de tempestade cerebral

Unidade XI – Construção de uma rede de relações (network)

- 11.1. O que é, como se constrói e mantém uma rede de relações.
- 11.2. A importância da identificação de tutor ou “padrinho” estabelecido no setor empresarial

Unidade XII – Estudo de Casos e exercícios de criatividade

- 12.1. Análise da apresentação de casos de sucesso em empreendimento

Unidade XIII – Construção do Plano de Negócios Simplificado

- 13.1. Busca de informações
- 13.2. Cálculo do risco do negócio
- 13.3. Planejamento de vendas
- 13.4. Planejamento financeiro e organizacional
- 13.5. Apresentação do P. N.

Unidade XIV – Avaliação da Disciplina

- 14.1. Avaliação feita pelos alunos individualmente através de questionário e coletivamente através de debate e discussão sobre a disciplina, sua importância, seu conteúdo, o material didático utilizado, o professor, a metodologia e a forma de avaliação da disciplina.

Bibliografia Básica

DRUCKER, Peter Ferdinando. *Inovação e espírito empreendedor*. entrepreneurship. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

DRUCKER, Peter. *Administração para o futuro: os anos 90 e a virada do século*. São Paulo: Pioneira, 1993.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luiza*. Ed. Cultura, 1999.

Bibliografia Complementar

TREVISAN, Antoninho M. *Empresários do futuro: como os jovens vão conquistar o mundo dos negócios*. 3. ed. São Paulo: Infinito, 2000.