



Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 - Ponto Central CEP 44.032-620
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia
Site: www.fat.edu.br E-mail: fat@fat.edu.br
CNPJ: 01.149.432/0001-21

PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO LETIVO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM SISTEMAS PARA INTERNET	2017.1
CÓDIGO	DISCIPLINA
INF142	EMPREENDEDORISMO
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
68H	3º

EMENTA

Conceito e definição de empreendedorismo. O perfil do empreendedor. A relevância em se ensinar o empreendedorismo. Definição do negócio. Planejamento e registro de empresa. Alguns conceitos relevantes de marketing. Plano de negócio, o que é e como/porque se faz.

OBJETIVOS

GERAIS

Introduzir o discente os conhecimentos relativos à criação e formação de uma micro-empresa, bem como empreendedorismo e marketing.

ESPECÍFICOS

Conhecimentos e definições de empreendedorismo e do perfil de um bom empreendedor. Discutir diversas práticas, possibilitando e garantindo o entendimento ao discente, dentro dos modernos conceitos atuais, da relevância de empreendedorismo, negócio, planejamento e registro de empresa. Analisar os conceitos de marketing e plano de negócio no contexto de uma empresa.

PERFIL DO EGRESSO

O profissional egresso do Curso Superior de Tecnologia em Sistemas para Internet estará

apto a trabalhar com a inovação, planejamento e gerenciamento da informação e da infraestrutura necessária alinhados aos objetivos organizacionais. Dessa forma, o profissional atuará prioritariamente na prospecção de novas tecnologias da informação e comunicação e no suporte e/ou gestão da incorporação e adequação destas tecnologias para auxiliar nas estratégias, planejamento e práticas organizacionais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I

1. Conceitos de Empreendedorismo
 - 1.1. Definição
 - 1.2. Perfil do empreendedor
 - 1.3. Por que ensinar o empreendedorismo
 - 1.4. Empreendedorismo no mundo digital
2. Noções de microeconomia
 - 2.1. Curva de demanda
 - 2.2. Análise de custos

UNIDADE II

1. Definição do negócio
2. Planejamento e registro de empresa
3. Plano de negócios
4. Produtos e serviços
5. Análise de mercado
6. Marketing
7. Análise Estratégica

METODOLOGIA

Nossa postura metodológica considera os conhecimentos prévios dos alunos, possibilitando a estes, pensar de modo relacional. Para isso, utilizaremos recursos metodológicos que privilegiem tanto trabalho individual quanto em grupo, tais como: Estudo dirigido, aulas expositivas, seminários, resolução de listas de exercícios, resenhas, filmes. Entende-se que algumas posturas e opções aqui apresentadas podem ser reavaliadas.

AVALIAÇÃO

O instrumento de avaliação consistirá na observação contínua, as discussões, a produção de trabalhos, problemas ou relatórios de atividades de pesquisas, trabalhos em grupo, tarefas individuais, pois estes constituem elementos importantes para a aprendizagem do aluno. Será considerado aprovado em cada unidade, que serão duas, o aluno que obtiver média igual ou superior a sete (7,0).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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

FERRARI, R. **Empreendedorismo para Computação: criando negócios de tecnologia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SALIM, C. S. **Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

OGDEN, J. R., CRESCITELLI, E. **Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Editora Cultura, 2006.

MANKIW, N. G.: **Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia**. Rio de Janeiro. Campus, 2001.

COLEGIADO DO CURSO DE SISTEMAS PARA INTERNET