

Coordenador do Curso	Setor Pedagógico
_____	_____



DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

DISCIPLINA: GESTÃO DE PROJETOS EMPREENDEDORES	
Código: TSAD.303	
Carga Horária Total: 40 horas	CH Teórica: 20 horas CH Prática: 20 horas
Número de Créditos: 2	
Pré-requisitos:	
Semestre: III	
Nível: Técnico Subsequente	
EMENTA	
Plano de negócio: Plano de marketing, plano financeiro e plano operacional.	
OBJETIVO	
Elaborar um plano de negócios.	
PROGRAMA	
1. PLANO DE NEGÓCIOS 1.1 Missão, Visão e Valores da instituição. 1.2 Setor de atividades.	
2. ANÁLISE DE AMBIENTE 2.1 Estudo dos clientes. 2.2 Estudo dos concorrentes. 2.3 Estudo dos fornecedores.	
3. PLANO DE MARKETING 3.1 Descrição dos principais produtos e serviços. 3.2 Preço. 3.3 Estratégias promocionais. 3.4 Estrutura de comercialização.	
4. PLANO OPERACIONAL: PROCESSOS ADMINISTRATIVOS 4.1 Layout. 4.2 Capacidade produtiva/comercial/serviços. 4.3 Processos operacionais. 4.4 Necessidade de pessoal.	
5. PLANO FINANCEIRO 5.1 Estimativas de Investimento fixos.	

- 5.2 Capital de Giro.
- 5.3 Investimento pré-Operacionais.
- 5.4 Investimento Total.
- 5.5 Estimativa de Faturamento mensal.
- 5.6 Estimativa de custo unitário.
- 5.7 Estimativa de custo de Comercialização.
- 5.8 Depreciação.
- 5.9 DRE.
- 5.10 Ponto de Equilíbrio/Rentabilidade e Lucratividade.
- 5.11 Prazo do Retorno do Investimento.

6. TÓPICOS FINAIS

- 6.1 Construção de Cenários.
- 6.2 Análise Swot.
- 6.3 Avaliação do Plano de Negócio.

METODOLOGIA DE ENSINO

Exposições dialogadas dos diversos tópicos do programa, exemplificando e ilustrando a aula através de fotos, figuras, diagramas e vídeos, utilizando dispositivo de apresentação multimídia e/ou quadro branco. Coleta de dados e seleção de oportunidades de mercado para desenvolver uma atividade empreendedora. Elaboração e desenvolvimento prático de um Plano de Negócios.

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina ocorrerá em seus aspectos qualitativos e quantitativos, segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD, do IFCE. A avaliação terá caráter formativo, visando ao acompanhamento permanente do aluno. Desta forma, serão usados instrumentos e técnicas diversificadas de avaliação, deixando sempre claro os seus objetivos e critérios.

Alguns critérios a serem avaliados: Grau de participação do aluno em atividades que exijam produção individual e em equipe; Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos; Criatividade e o uso de recursos diversificados; Domínio de atuação discente (postura e desempenho).

A prática enquanto componente curricular do ensino será avaliada pela elaboração de um Plano de Negócios.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- [1] DORNELAS, José. **Plano de negócio: seu guia definitivo. O passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso.** 2^a Ed. São Paulo: Empreende, 2016.
- [2] FERNANDES, Ciro. **O empreendedor: Plano de Negócio do empreendedor.** [Livro eletrônico]. São Paulo: Pearson, 2012.
- [3] RAZZOLINI, Edelvino **Empreendedorismo: dicas e planos de negócios para o século XXI** [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaber, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- [1] DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** 30^a Ed. rev. e atual. -- São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- [2] ESCARLATE, Luiz Felipe. **Aprender a empreender.** Brasília: Fundação Roberto Marinho, SEBRAE, 2010.
- [3] MAXIMIANO, A. C. **Administração para empreendedores.** São Paulo: Saraiva, 2006.
- [4] WILDAUER, Egon Walter. **Plano de Negócio: elementos constitutivos e processos de elaboração** [Livro eletrônico]. Curitiba: 2012.

[5] ZAVADIL, Paulo Ricardo. **Plano de Negócio**: uma ferramenta de Gestão. [Livro eletrônico]. Curitiba: 2013.

Coordenador do Curso	Setor Pedagógico
_____	_____



**DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD**

DISCIPLINA: FUNDAMENTOS DO MARKETING	
Código: TSAD.304	
Carga Horária Total: 80 horas	CH Teórica: 60 horas CH Prática: 20 horas
Número de Créditos: 4	
Pré-requisitos:	
Semestre: III	
Nível: Técnico Subsequente	
EMENTA	
Conceitos e fundamentos do Marketing. Análise das oportunidades de Mercado. Comportamento do Consumidor. Seleção de Mercados alvos, segmentação. Desenvolvimento do Mix de Marketing. Planejamento de Produtos e serviços. Marcas e embalagens, ciclos de vida dos produtos, preços, canais de distribuição - varejo e atacado. Promoção - estratégia da comunicação. Marketing Digital.	
OBJETIVO	
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer características do mercado alvo para o sucesso do empreendimento e introduzir o aluno no estudo da Mercadologia. • Trabalhar a diferenciação de produtos, de serviços, de imagem e sua relevância para se alcançar vantagem competitiva. • Analisar estratégias de marketing. • Ressaltar a importância do planejamento de marketing para as empresas. • Propiciar condições para a elaboração de um plano de Marketing, perceber sua utilidade para o alcance dos objetivos organizacionais. 	
PROGRAMA	
UNIDADE I - CONCEITOS DE MARKETING	
<ul style="list-style-type: none"> • Conceitos básicos. • Composto de Marketing: 4p's e 4A's. 	
UNIDADE II - AMBIENTE DE MARKETING	
<ul style="list-style-type: none"> • Microambiente. • Macroambiente. 	
UNIDADE III - COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	
<ul style="list-style-type: none"> • Fatores que influenciam no comportamento do consumidor (culturais, sociais, pessoais, psicológicos). 	