# GESTÃO DE NEGÓCIOS, INOVAÇÃO E EMPREENDORISMO
## INFORMAÇÕES GERAIS

### APRESENTAÇÃO

A gestão de negócios e o empreendedorismo são fundamentais para o sucesso e a sustentabilidade de uma empresa. Ela envolve o desenvolvimento e a implementação de um plano estratégico para a empresa. Isso inclui definir metas e objetivos claros, identificar oportunidades e ameaças no mercado, além de estabelecer estratégias para alcançar vantagem competitiva.
A gestão eficaz requer tomar decisões informadas e estratégicas em diversas áreas, como financeira, operacional, marketing e recursos humanos. O empreendedorismo estimula a capacidade de tomar decisões rápidas e eficientes, muitas vezes em ambientes de incerteza. O empreendedorismo está intrinsecamente ligado à inovação, pois incentiva a busca por novas ideias, produtos, processos e modelos de negócios. Empresas que se destacam são aquelas que conseguem inovar de forma consistente e se adaptar às mudanças do mercado.
Uma gestão eficiente de recursos, como capital financeiro, humanos, tecnológicos e materiais, é essencial para o sucesso de uma empresa. Isso inclui otimizar o uso de recursos disponíveis e buscar maneiras de aumentar a eficiência e a produtividade.

A gestão de negócios e o empreendedorismo também influenciam a cultura organizacional de uma empresa. Promover uma cultura de inovação, aprendizado contínuo, colaboração e engajamento dos colaboradores contribui para um ambiente de trabalho positivo e motivador.
Empresas bem geridas e com mentalidade empreendedora têm maior probabilidade de crescer e expandir seus negócios. Isso pode incluir a entrada em novos mercados, o lançamento de novos produtos ou serviços, a diversificação das operações e a busca por parcerias estratégicas. Em um ambiente de negócios dinâmico e competitivo, a capacidade de se adaptar a mudanças e superar desafios é essencial. A gestão de negócios e o empreendedorismo ajudam a cultivar a resiliência da empresa, permitindo que ela se ajuste às condições do mercado e mantenha sua relevância ao longo do tempo.
Em resumo, a gestão de negócios e o empreendedorismo são pilares fundamentais para o sucesso de uma empresa, pois envolvem o planejamento estratégico, a tomada de decisões, a inovação, a gestão de recursos, a cultura organizacional, o crescimento e a resiliência diante dos desafios do mercado. Esses aspectos são essenciais para garantir a competitividade, a sustentabilidade e o crescimento contínuo da empresa ao longo do tempo e esses são os principais objetivos da pós-graduação em Gestão de negócios, Inovação e Empreendorismo.

### OBJETIVO

Promover o sucesso e a sustentabilidade das empresas por meio da maximização dos lucros, crescimento sustentável, eficiência operacional, satisfação do cliente, inovação, criação de valor, adaptação às mudanças do mercado e desenvolvimento pessoal e profissional.

**METODOLOGIA**

Concebe o curso Gestão de Negócios, Inovação e Empreendorismo, numa perspectiva de Educação a Distância – EAD, visando contribuir para a qualificação de profissionais de educação que atuam ou pretendem atuar na área de recursos humanos dos setores público, privado e social.

| Código | Disciplina | Carga Horária |
|---|---|---|
| **5016** | **Análise e Pesquisa de Mercado** | **60** |

**APRESENTAÇÃO**

Objetivos da pesquisa de mercado. Tipos, características e usos da pesquisa de mercado. O processo da pesquisa. Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. Estatística aplicada à pesquisa de mercado. Pesquisa de mercado e estratégias de comunicação.

**OBJETIVO GERAL**

Este conteúdo visa preparar o profissional de marketing e ciências afins para diagnosticar o comportamento do consumidor sobre produtos e serviços, empregando metodologias de pesquisa de mercado.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Interpretar a estrutura de mercado e os procedimentos de pesquisa.
- Interpretar como se configura as demandas do consumidor e como interferem na oferta.
- Comparar o posicionamento da oferta e entender cada estágio do ciclo de vida do produto.
- Avaliar como se configura os componentes dos sistemas de marketing.
- Conhecer o mix de marketing e como estes elementos colaboram com o planejamento empresarial e na definição de estratégias de mercado.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – ESTUDO E PREPARAÇÃO DE PESQUISAS DE MERCADO**
COLETA E PREPARAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE PESQUISA
TIPOS DE PESQUISA
PLANEJAMENTO E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

**UNIDADE II – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**
INTRODUÇÃO E DESCRIÇÃO GERAL DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
DEMANDAS DO CONSUMIDOR
ANÁLISE E PROJEÇÃO DAS DEMANDAS
INFLUÊNCIAS AMBIENTAIS

**UNIDADE III – ANÁLISE DE MERCADO**
MERCADO CONSUMIDOR E ORGANIZACIONAL

COMPORTAMENTO DE COMPRA ORGANIZACIONAL
SEGMENTAÇÃO DE MERCADO
POSICIONAMENTO DA OFERTA E O CICLO DE VIDA DO PRODUTO

**UNIDADE IV – MODELOS, SISTEMAS E MIX DE MARKETING**
TEORIA E MODELOS DE MARKETING
SISTEMAS DE MARKETING
MIX DE MARKETING
PARTICIPAÇÕES DE MERCADO

**REFERÊNCIA BÁSICA**

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COSTA, F. J. **Mensuração e desenvolvimento de escalas**: aplicações em Administração. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

ENGEL, J. F. BLACKWELL, R. D., MINIARD, P W. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro. Livros técnicos e científicos Editora S.A. 8 ed. 2000.

KAUFFMAN, R. **Influences on organizational buying choice processes**: future research directions. Journal of Business & Industrial Marketing. v. 11, pp. 94-107, 1996.

?KOTLER, P.; PFOERTSCH, W. **B2B Brand Management**. Berlin, Germany: Springer, 2006.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LINDSTROM, M. **A lógica do consumo**: verdades e mentiras sobre porque compramos. Trad. Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

**PERIÓDICOS**

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing:** uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MCDANIEL C, GATES, R. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: 1 ed. Cengage Learning, 2008.

OLIVEIRA, S. L. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 2001.

| | | |
|---|---|---|
| **5323** | **Assessment E Análise De Perfil Profissional** | **60** |

**APRESENTAÇÃO**

Conceitos fundamentais de assessment. Importância da análise de perfil profissional. Ferramentas e instrumentos utilizados. Ética e confidencialidade na análise de perfil. Metodologias e técnicas de assessment. Análise de competências e potencial de desenvolvimento, a aplicação prática do assessment em diferentes áreas, como recrutamento e seleção, desenvolvimento de carreira, gestão de equipes e liderança, e a avaliação de programas de desenvolvimento.

**OBJETIVO GERAL**

Este conteúdo visa proporcionar aos alunos conhecimento para utilizar ferramentas de assessment, analisar perfis profissionais, identificar competências e lacunas de desenvolvimento, fornecer feedback construtivo, e aplicar o assessment de forma ética e eficaz em contextos organizacionais.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Definir os conceitos e fundamentos do assessment, incluindo os diferentes métodos e técnicas utilizados na análise de perfil profissional.
- Discernir sobre a importância da análise de perfil profissional para o desenvolvimento da carreira, a tomada de decisões relacionadas à escolha profissional.
- Identificar as principais ferramentas e instrumentos utilizados no processo de assessment e análise de perfil profissional.
- Compreender os princípios éticos e a importância da confidencialidade na análise de perfil profissional

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I - CONCEITOS FUNDAMENTAIS DE ASSESSMENT**

CONCEITOS FUNDAMENTAIS DE ASSESSMENT

IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DE PERFIL PROFISSIONAL

FERRAMENTAS E INSTRUMENTOS DE ASSESSMENT

ÉTICA E CONFIDENCIALIDADE NA ANÁLISE DE PERFIL PROFISSIONAL

**UNIDADE II - METODOLOGIAS E TÉCNICAS DE ASSESSMENT**

ENTREVISTAS E QUESTIONÁRIOS PARA ASSESSMENT

TESTES PSICOMÉTRICOS PARA ASSESSMENT

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO PROFISSIONAL

DINÂMICAS DE GRUPO E SIMULAÇÕES

**UNIDADE III - ANÁLISE DE COMPETÊNCIAS E POTENCIAL DE**

**DESENVOLVIMENTO**

IDENTIFICAÇÃO E MAPEAMENTO DE COMPETÊNCIAS

AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE DESENVOLVIMENTO

FEEDBACK E ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL

ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS E PARECERES

**UNIDADE IV - APLICAÇÃO PRÁTICA DO ASSESSMENT E ANÁLISE DE PERFIL**

PROFISSIONAL

PRÁTICAS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA E PLANEJAMENTO PROFISSIONAL

GESTÃO DE EQUIPES E LIDERANÇA

AVALIAÇÃO DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO

**REFERÊNCIA BÁSICA**

MODESTO, João Lucas. Assessment e análise de perfil profissional. Recife: Telesapiens, 2023.

SARZEDAS, Carolina Galvão. Gestão de Equipes. Editora TeleSapiens, 2020.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

COSTA, Karla Regiane Vieira. Filosofia e ética profissional. Recife: Telesapiens, 2022

**PERIÓDICOS**

SOMA, Sheila Maria Prado.; SILVA, Jéssica de Assis.; SOMA, Fábio Pereira.

| | | |
|---|---|---|
| **4839** | **Introdução à Ead** | **60** |

**APRESENTAÇÃO**

Fundamentos teóricos e metodológicos da Educação a distância. Ambientes virtuais de aprendizagem. Histórico da Educação a Distância. Avaliação em ambientes virtuais de aprendizagem apoiados pela Internet.

**OBJETIVO GERAL**

Aprender a lidar com as tecnologias e, sobretudo, com o processo de autoaprendizagem, que envolve disciplina e perseverança.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

Analisar e entender EAD e TIC (Tecnologia de Informação e Comunicação), Ambiente virtual de ensino e Aprendizagem, Ferramentas para navegação na internet.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – AMBIENTAÇÃO NA APRENDIZAGEM VIRTUAL**
PRINCIPAIS CONCEITOS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
GERENCIAMENTO DOS ESTUDOS NA MODALIDADE EAD
AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM
RECURSOS VARIADOS QUE AUXILIAM NOS ESTUDOS

**UNIDADE II – APRIMORANDO A LEITURA PARA A AUTOAPRENDIZAGEM**
A LEITURA E SEUS ESTÁGIOS
OS ESTÁGIOS DA LEITURA NOS ESTUDOS
ANÁLISE DE TEXTOS
ELABORAÇÃO DE SÍNTESES

**UNIDADE III – APRIMORANDO O RACIOCÍNIO PARA A AUTOAPRENDIZAGEM**
O RACIOCÍNIO DEDUTIVO
O RACIOCÍNIO INDUTIVO
O RACIOCÍNIO ABDUTIVO
A ASSOCIAÇÃO LÓGICA

**UNIDADE IV – FERRAMENTAS DE PRODUTIVIDADE PARA A EAD**
INTERNET E MANIPULAÇÃO DE ARQUIVOS
COMO TRABALHAR COM PROCESSADOR DE TEXTO?
COMO FAZER APRESENTAÇÃO DE SLIDES?
COMO TRABALHAR COM PLANILHAS DE CÁLCULO?

**REFERÊNCIA BÁSICA**

VALENZA, Giovanna M.; COSTA, Fernanda S.; BEJA, Louise A.; DIPP, Marcelo D.; DA SILVA, Sílvia C. **Introdução à EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

SANTOS, Tatiana de Medeiros. **Educação a Distância e as Novas Modalidades de Ensino**. Editora TeleSapiens, 2020.

MACHADO, Gariella E. **Educação e Tecnologias**. Editora TeleSapiens, 2020.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

DUARTE, Iria H. Q. **Fundamentos da Educação**. Editora TeleSapiens, 2020.

DA SILVA, Jessica L. D.; DIPP, Marcelo D. **Sistemas e Multimídia**. Editora TeleSapiens, 2020.

**PERIÓDICOS**

DA SILVA, Andréa C. P.; KUCKEL, Tatiane. **Produção de Conteúdos para EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

THOMÁZ, André de Faria; BARBOSA, Thalyta M. N. **Pensamento Científico**. Editora TeleSapiens, 2020.

| | | |
|---|---|---|
| **5391** | **Business Intelligence** | **60** |

**APRESENTAÇÃO**

Introdução aos conceitos e aplicações de tecnologias Business Intelligence (BI): visão empresarial, ferramentas computacionais e relação com sistemas de gestão como Data Warehouse e Data Mining.

**OBJETIVO GERAL**

Esta disciplina tem como objetivo munir o egresso do conhecimento acerca dos conceitos e aplicações tecnológicas de Business Intelligence (BI), conhecendo as principais ferramentas computacionais e sua relação com sistemas de gestão e as ferramentas de Data Warehouse e Data Mining.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Caracterizar e contextualizar o Business Intelligence.
- Contextualizar o Business Intelligence na gestão e otimização de processos.
- Entender como o Business Intelligence pode ser aplicado ao ambiente empresarial.
- Tipificar e categorizar os sistemas de gestão em business Intelligence, com destaque para os sistemas de gestão empresarial (ERP), sistemas de relacionamento com clientes (CRM) e os sistemas de

modelagem de processos (BPM).

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – FUNDAMENTOS DO BUSINESS INTELLIGENCE**

O QUE É E PARA QUE SERVE O BUSINESS INTELLIGENCE

OTIMIZANDO PROCESSOS COM BUSINESS INTELLIGENCE

BUSINESS INTELLIGENCE APLICADO AOS NEGÓCIOS

SISTEMAS DE GESTÃO PARA BI: ERP, CRM E BPM

**UNIDADE II – DATA WAREHOUSE**

O QUE SÃO E PARA QUE SERVEM OS METADADOS

ARQUITETURA E FUNÇÕES DO DATA WAREHOUSE

IMPLANTANDO O DATA WAREHOUSE

ROTEIROS DE MODELAGEM E SUAS APLICAÇÕES

**UNIDADE III – DATA MINING**

DATA MINING: CONCEITO, ORIGEM E IMPORTÂNCIA

FUNCIONALIDADES DO DATA MININIG

DATA MINING NO AMBIENTE CORPORATIVO

SOFTWARES E TECNOLOGIAS DE DATA MINING

**UNIDADE IV – IMPLANTAÇÃO DO BUSINESS INTELLIGENCE**

IMPLANTANDO BUSINESS INTELLIGENCE NA ORGANIZAÇÃO

PROJETOS DE BUSINESS INTELLIGENCE E SUAS NECESSIDADES

FONTES DE DADOS PARA PROJETOS DE BUSINESS INTELLIGENCE

FERRAMENTAS DE BUSINESS INTELLIGENCE

**REFERÊNCIA BÁSICA**

MENDES, Gisely Santos. Business Intelligence. Recife: Telesapiens, 2022

VALENZA, Giovanna Mazzarro.; BARBOSA, Thalyta Mabel N. Barbosa. Introdução à EAD. Recife: Telesapiens, 2022

OLIVEIRA, Tatiana Souto Maior de. Sistemas de informações gerenciais. Recife: Telesapiens, 2022

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

SILVA, Jessica Laisa Dias da. Gestão da Tecnologia da informação e da comunicação. Recife: Telesapiens, 2022

DIPP, Michele D. Analise e modelagem de processos. Recife: telesapiens, 2021

CLEMENTE, Marcelo. Negociação comercial e negócios eletrônicos. Recife: Telesapiens, 2021

**PERIÓDICOS**

BARROS, David Lira Stephen de. Empreendedorismo. Recife: Telesapiens, 2021

SARZEDAS, Carolina Galvão. Liderança e gestão de equipes. Recife: Telesapiens, 2021

| 5329 | Cultura E Clima Organizacional | 60 |
|---|---|---|

**APRESENTAÇÃO**

Conceitos e a importância da cultura e clima organizacional nas organizações. Elementos que compõem a cultura, suas manifestações e impactos no ambiente de trabalho. Aspectos do clima organizacional e suas influências no desempenho, satisfação e engajamento dos colaboradores. Transformação dos fatores intangíveis do clima organizacional em indicadores de desempenho para área de RH.

**OBJETIVO GERAL**

Este conteúdo visa proporcionar ao aluno uma compreensão aprofundada sobre a cultura e o clima organizacional, enfatizando sua importância nas organizações.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Definir os conceitos e identificar as características da cultura organizacional em diferentes tipos de organização.
- Identificar os elementos que influenciam a cultura organizacional, como valores, crenças, normas e rituais.
- Analisar e identificar os diferentes tipos de cultura organizacional e seus impactos no ambiente de trabalho.
- Discernir sobre a importância da cultura organizacional na identidade e no desempenho da organização.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA CULTURA ORGANIZACIONAL**

CULTURA ORGANIZACIONAL

ELEMENTOS QUE INFLUENCIAM A CULTURA ORGANIZACIONAL

TIPOS DE CULTURA ORGANIZACIONAL

IMPORTÂNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL

**UNIDADE II – MANIFESTAÇÕES DA CULTURA ORGANIZACIONAL**

MANIFESTAÇÕES DA CULTURA ORGANIZACIONAL

PAPEL DA CULTURA ORGANIZACIONAL NO TRABALHO INCLUSIVO E DIVERSO

INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NOS COLABORADORES

ESTRATÉGIAS PARA FORTALECER E TRANSFORMAR A CULTURA

ORGANIZACIONAL

**UNIDADE III – CLIMA ORGANIZACIONAL E SEU IMPACTO NA ORGANIZAÇÃO**

CLIMA ORGANIZACIONAL E SUA RELAÇÃO COM A CULTURA ORGANIZACIONAL

INDICADORES E FATORES QUE INFLUENCIAM O CLIMA ORGANIZACIONAL

IMPACTO DO CLIMA ORGANIZACIONAL NO DESEMPENHO E NA SATISFAÇÃO

DOS COLABORADORES

A LIDERANÇA E A GESTÃO DE PESSOAS PARA O CLIMA ORGANIZACIONAL

**UNIDADE IV – AVALIAÇÃO E GESTÃO DO CLIMA ORGANIZACIONAL**

MÉTODOS E FERRAMENTAS PARA AVALIAR O CLIMA ORGANIZACIONAL

COLETA E ANÁLISE DE DADOS PARA AVALIAÇÃO DO CLIMA ORGANIZACIONAL

INTERVENÇÃO PARA PROMOVER UM BOM CLIMA ORGANIZACIONAL

INDICADORES DE DESEMPENHO PARA A GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

**REFERÊNCIA BÁSICA**

CHAVES, Iara Regina. Psicologia Do Trabalho. Telesapiens, 2021

MATOS, Débora Pinheiro de. Cultura e clima organizacional. Recife: Telesapiens, 2023.

SARZEDAS, Carolina Galvão. Liderança e Gestão de Equipes. Telesapiens, 2021.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

BORTOLOTI, Karen Fernanda da Silva. Gestão do conhecimento. Recife: Telesapiens, 2023.

RIBEIRO, Luciliane. Estratégia de Gestão e Organização Empresarial. Telesapiens, 2021.

VALENZA, Giovanna Mazzarro.; BARBOSA, Thalyta Mabel N. Barbosa. Introdução à EAD. Recife: Telesapiens, 2022

**PERIÓDICOS**

BARRETO, Mércia. Cultura e Clima Organizacional. São Paulo: Atlas, 2010.

CAMERON, Kim S.; QUINN, Robert E. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework. San Francisco: Jossey-Bass, 2011.

| 5294 | Inteligência De Mercado E Oportunidades De Negócios | 60 |
|---|---|---|

**APRESENTAÇÃO**

Inteligência de mercado: conceito, elementos e técnicas de coleta e organização de dados. Ambiente de negócios, identificação de tendências e mudanças que podem gerar oportunidades. Segmentação de mercado e identificação do público-alvo, critérios e técnicas de pesquisa, ferramentas de análise. Segmentação de mercado e público alvo: análise da concorrência e a identificação de nichos de mercado, estratégias para aproveitar oportunidades em segmentos pouco explorados.

## OBJETIVO GERAL

O objetivo deste conteúdo é capacitar os alunos a compreenderem e aplicarem os conceitos e técnicas da inteligência de mercado para identificar oportunidades de negócios.

## OBJETIVO ESPECÍFICO

- Definir o conceito de inteligência de mercado, entendendo sua importância para as organizações.
- Compreender os principais elementos da inteligência de mercado, como coleta, análise e interpretação de dados.
- Identificar as fontes de informações utilizadas na inteligência de mercado.
- Aplicar técnicas de coleta e organização de dados para fins de inteligência de mercado

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

**UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA INTELIGÊNCIA DE MERCADO**
INTELIGÊNCIA DE MERCADO E SUA IMPORTÂNCIA PARA AS ORGANIZAÇÕES
ELEMENTOS DA INTELIGÊNCIA DE MERCADO
FONTES DE INFORMAÇÕES UTILIZADAS NA INTELIGÊNCIA DE MERCADO
COLETA E ORGANIZAÇÃO DE DADOS PARA INTELIGÊNCIA DE MERCADO
**UNIDADE II – ANÁLISE DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS**
COMPONENTES DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS
TENDÊNCIAS DO MERCADO E MUDANÇAS NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS
ANÁLISE S.W.O.T.
ANÁLISE DO AMBIENTE PARA IDENTIFICAR POSSÍVEIS OPORTUNIDADES
**UNIDADE III – SEGMENTAÇÃO DE MERCADO E IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO**
SEGMENTAÇÃO DE MERCADO E AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS
CRITÉRIOS DE SEGMENTAÇÃO DE MERCADO
PESQUISA DE MERCADO PARA COLETAR DADOS SOBRE O PÚBLICO-ALVO
POTENCIAL DE CADA SEGMENTO DE MERCADO
**UNIDADE IV – ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA E IDENTIFICAÇÃO DE NICHOS DE MERCADO**
CONCORRENTES DIRETOS E INDIRETOS DE UM NEGÓCIO
NICHOS DE MERCADO E AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS
NICHOS DE MERCADO POUCO EXPLORADOS
OPORTUNIDADES EM NICHOS DE MERCADO IDENTIFICADOS

## REFERÊNCIA BÁSICA

BORTOLOTI, Karen Fernanda da Silva. Inteligência de mercado e oportunidades de negócios. Recife: Telesapiens, 2023.
GIUNTINI, Felipe?Taliar; Corcini. Luiz Fernando. Análise de mercado - têndencias, comportamentos e movimentos, Recife: Telesapiens, 2023

## REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

OLIVEIRA, Tatiana Souto Maior de. Fundamentos de marketing. Recife: Telesapiens, 2022

## PERIÓDICOS

OLIVEIRA, Tatiana Souto Maior de. Estratégias de marketing. Recife: Telesapiens, 2022

| 4986 | Empreendedorismo | 60 |
|---|---|---|

**APRESENTAÇÃO**

Definições de empreendedorismo: empreendedor (dono do próprio negócio) e intraempreendedor (construindo a sua carreira como funcionário). Características e perfil do empreendedor. Roteiro para abertura de uma empresa (empreendedor individual, micro e pequenas empresas, empresas de grande porte). Construção do plano de negócio. Fontes de financiamento.

**OBJETIVO GERAL**

Esta disciplina tem por objetivo proporcionar ao aprendente uma série de reflexões acerca do comportamento empreendedor e intraempreendedor, além de capacitá-lo a realizar os procedimentos e cálculos necessários para elaborar um plano de negócio, incluindo sumário executivo e apresentação para pitches com investidores.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Interpretar o conceito e o real sentido do que é ser um empreendedor.
- Entender a lógica de um projeto de empreendedorismo.
- Compreender a importância da pesquisa de mercado para redução do risco do negócio.
- Descrever o modelo de negócio por meio da metodologia Canvas.
- Executar o processo de prospecção de recursos financeiros para o projeto de implantação e ciclo de vida do seu negócio.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – O PERFIL EMPREENDEDOR**
FUNDAMENTOS DE EMPREENDEDORISMO
A LÓGICA DO EMPREENDEDORISMO
O PERFIL DE UM EMPREENDEDOR
AS FERRAMENTAS DO EMPREENDEDOR

**UNIDADE II – OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO**
OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO
PESQUISA DE MERCADO
ANÁLISE DE SWOT
ANÁLISE DE ERRC

**UNIDADE III – MODELOS E PLANOS DE NEGÓCIO**
MODELO CANVAS
PARTICIPANDO DE PITCHES
PLANEJANDO O PROJETO
IMPLANTANDO O PROJETO

**UNIDADE IV – PLANO FINANCEIRO DE UM EMPREENDIMENTO**
PROSPECTANDO RECURSOS FINANCEIROS
LIDANDO COM DESPESAS E CUSTOS
LIDANDO COM RECEITAS
VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA

**REFERÊNCIA BÁSICA**

RIES, Eric. **A Startup Enxuta**. Eric Ries, 2011.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 7. ed. Empreende, 2018.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

DORNELAS, José. **Plano de Negócios**: seu Guia Definitivo. 2. ed. Empreende, 2018.

KIM, W. C., & MAUBORGNE, R. **A Estratégia do Oceano Azul**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
Image not found or type unknown

**PERIÓDICOS**

VERGARA, S. C. (1997). **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas.

| 4847 | Pensamento Científico | 60 |
|---|---|---|

**APRESENTAÇÃO**

A ciência e os tipos de conhecimento. A ciência e os seus métodos. A importância da pesquisa científica. Desafios da ciência e a ética na produção científica. A leitura do texto teórico. Resumo. Fichamento. Resenha. Como planejar a pesquisa científica. Como elaborar o projeto de pesquisa. Quais são os tipos e as técnicas de pesquisa. Como elaborar um relatório de pesquisa. Tipos de trabalhos científicos. Apresentação de trabalhos acadêmicos. Normas das ABNT para Citação. Normas da ABNT para Referências.

**OBJETIVO GERAL**

Capacitar o estudante, pesquisador e profissional a ler, interpretar e elaborar trabalhos científicos, compreendendo a filosofia e os princípios da ciência, habilitando-se ainda a desenvolver projetos de pesquisa.

**OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Compreender a importância do Método para a construção do Conhecimento.
- Compreender a evolução da Ciência.
- Distinguir os tipos de conhecimentos (Científico, religioso, filosófico e prático).

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDADE I – INICIAÇÃO CIENTÍFICA**
A CIÊNCIA E OS TIPOS DE CONHECIMENTO
A CIÊNCIA E OS SEUS MÉTODOS
A IMPORTÂNCIA DA PESQUISA CIENTÍFICA
DESAFIOS DA CIÊNCIA E A ÉTICA NA PRODUÇÃO CIENTÍFICA

**UNIDADE II – TÉCNICAS DE LEITURA, RESUMO E FICHAMENTO**
A LEITURA DO TEXTO TEÓRICO
RESUMO
FICHAMENTO

RESENHA

**UNIDADE III – PROJETOS DE PESQUISA**
COMO PLANEJAR A PESQUISA CIENTÍFICA?
COMO ELABORAR O PROJETO DE PESQUISA?
QUAIS SÃO OS TIPOS E AS TÉCNICAS DE PESQUISA?
COMO ELABORAR UM RELATÓRIO DE PESQUISA?

**UNIDADE IV – TRABALHOS CIENTÍFICOS E AS NORMAS DA ABNT**
TIPOS DE TRABALHOS CIENTÍFICOS
APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS
NORMAS DAS ABNT PARA CITAÇÃO
NORMAS DA ABNT PARA REFERÊNCIAS

**REFERÊNCIA BÁSICA**

THOMÁZ, André de Faria; BARBOSA, Thalyta M. N. **Pensamento Científico**. Editora TeleSapiens, 2020.

VALENTIM NETO, Adauto J.; MACIEL, Dayanna dos S. C. **Estatística Básica**. Editora TeleSapiens, 2020.

FÉLIX, Rafaela. **Português Instrumental**. Editora TeleSapiens, 2019.

**REFERÊNCIA COMPLEMENTAR**

VALENZA, Giovanna M.; COSTA, Fernanda S.; BEJA, Louise A.; DIPP, Marcelo D.; DA SILVA, Silvia Cristina. **Introdução à EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

OLIVEIRA, Gustavo S. **Análise e Pesquisa de Mercado**. Editora TeleSapiens, 2020.

**PERIÓDICOS**

CREVELIN, Fernanda. **Oficina de Textos em Português**. Editora TeleSapiens, 2020.

DE SOUZA, Guilherme G. **Gestão de Projetos**. Editora TeleSapiens, 2020.

Avaliação será processual, onde o aluno obterá aprovação, através de exercícios propostos e, atividades programadas, para posterior. O aproveitamento das atividades realizadas deverá ser igual ou superior a 7,0 (sete) pontos, ou seja, 70% de aproveitamento.

## SUA PROFISSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

Profissionais com formação superior, que atuam ou com perspectivas de exercer funções de gerência no processo de Gestão de Negócios, Inovação e Empreendorismo.