



Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

(Reconhecido p/ Portaria nº. 1.065 de 13.07.1992 - D.O.U. de 15.07.1992)

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

(Reconhecido pela Portaria nº 312 de 02.08.2011 – D.O.U. de 04.08.2011)

CURSO DE DIREITO

(Reconhecido p/ Portaria nº 382 de 22.03.2000 – D.O.U. de 24.03.2000)

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO PROGRAMA DE DISCIPLINA - 2º ANO

DISCIPLINA: FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES

CARGA HORÁRIA: 60 horas/aula

TIPO DA DISCIPLINA: Obrigatória

ANO DE APLICAÇÃO: 2011

EMENTA

Estudo dos componentes do processo de desenvolvimento da capacidade empreendedora e inovadora dos indivíduos, indicando os instrumentos necessários ao aluno no planejamento, execução e controle das atividades inovadoras e empreendedoras.

1. OBJETIVOS

- 1.1. Propiciar conhecimentos, exercitar atitudes e desenvolver habilidades empreendedoras latentes de pessoas interessadas em criar suas próprias empresas (Empreendedores).
- 1.2. Propiciar conhecimentos, exercitar atitudes e desenvolver habilidades de pessoas que queiram empreender novos negócios, inovações ou iniciativas dentro das organizações nas quais trabalham (Intraempreendedores).
- 1.3. Propiciar conhecimentos às pessoas empregadas, interessadas em se estabelecer como empreendedores, para aproveitar oportunidades oriundas de programas de terceirização empreendidos pelas empresas nas quais estão vinculadas.

2. CONTEÚDOS

PARTE I – Inovação Tecnológica e Espírito Empreendedor.

- 2.1. O Fenômeno do Empreendedorismo.
- 2.2. Caracterização do Empreendedorismo.
 - 2.2.1. O Estudo do Empreendedorismo: A criação de empresas.

PARTE II – Visão Integrada dos Conceitos de *Empreendedor* e *Empreendedorismo*.

- 2.3. O conceito de *empreendedor* e *empreendedorismo* segundo Schumpeter.
 - 2.3.1. O *empreendedor* na perspectiva dos economistas.
 - 2.3.2. A inovação e a atividade empreendedora.
 - 2.3.3. O lucro como fonte propulsora do empreendimento.
 - 2.3.4. O *empreendedor* e a inovação: A contribuição de Schumpeter.



sopece
SOCIEDADE PERNAMBUCANA
DE CULTURA E ENSINO

Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

(Reconhecido p/ Portaria nº. 1.065 de 13.07.1992 - D.O.U. de 15.07.1992)

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

(Reconhecido pela Portaria nº 312 de 02.08.2011 – D.O.U. de 04.08.2011)

CURSO DE DIREITO

(Reconhecido p/ Portaria nº 382 de 22.03.2000 – D.O.U. de 24.03.2000)

- 2.3.5. Fundamentos para uma prática gerencial empreendedora.
- 2.3.6. A economia do *empreendedorismo*.
- 2.3.7. As premissas do *empreendedorismo*.
- 2.3.8. Empreendedorismo = liberdade de ação + oportunidade.
- 2.4. A perspectiva psicológica do fenômeno do empreendedor e do empreendedorismo.
- 2.4.1. O conceito de *empreendedor* e *empreendedorismo* na percepção de McClelland.
- 2.4.2. Max Weber como fonte de inspiração de McClelland.
- 2.4.3. A teoria motivacional de McClelland.
- 2.4.4. A necessidade de realização e o *empreendedorismo*.
- 2.4.5. A necessidade de afiliação e o *empreendedorismo*.
- 2.4.6. O *empreendedor* na sociedade moderna.
- 2.4.7. *Empreendedorismo* e as visões românticas sobre o fenômeno.
- 2.4.8. Atitude e o *empreendedorismo*.
- 2.4.9. Relevância do estudo da atitude.
- 2.4.10. Definição de atitude.
- 2.4.11. Organização da atitude.
- 2.4.12. Relação entre atitude – comportamento.
- 2.4.13. Modelo de avaliação do *empreendedorismo*.
- 2.4.14. Caracterização do *empreendedorismo*.
- 2.4.15. Estudo de caso: Como se faz gente que faz?
- 2.5. A perspectiva de gestão do fenômeno do *empreendedorismo*.
- 2.5.1. Conceito de *empreendedor* e *empreendedorismo* de Drucker.
- 2.5.2. O conceito de inovação na visão de Drucker.
- 2.5.3. A prática da gestão empreendedora.
- 2.5.4. O *empreendedorismo* e a atividade empresarial.
- 2.5.4.1. Os setores de resultados.
- 2.5.4.2. Definição de produtos e serviços.
- 2.5.4.3. Resultado das atividades empresariais.
- 2.5.4.4. O cliente é o negócio.
- 2.5.4.5. O comportamento do cliente.
- 2.5.5. Negócios baseados no conhecimento.
- 2.5.6. O *empreendedor* e as oportunidades.
- 2.5.7. Instrumentos do *empreendedor* de base tecnológica: tecnologia e gestão.
- 2.5.8. O *empreendedor* e a gestão eficaz.
- 2.5.9. A prática da gestão.
- 2.5.10. A sociedade pós-industrial.
- 2.5.11. O desafio do setor do conhecimento no ato de subsidiar a informação.
- 2.5.12. A informação como canal de distribuição da sociedade pós-industrial.



sopece
SOCIEDADE PERNAMBUCANA
DE CULTURA E ENSINO

Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

(Reconhecido p/ Portaria nº. 1.065 de 13.07.1992 - D.O.U. de 15.07.1992)

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

(Reconhecido pela Portaria nº 312 de 02.08.2011 – D.O.U. de 04.08.2011)

CURSO DE DIREITO

(Reconhecido p/ Portaria nº 382 de 22.03.2000 – D.O.U. de 24.03.2000)

2.5.13. A sociedade pós-capitalista e a ascensão da sociedade do conhecimento.

2.5.14. Roteiro para gestão do capital intelectual.

2.5.15. O valor do capital humano.

2.5.16. Conclusão.

2.6. Visão integrada do *empreendedor* e do *empreendedorismo*.

2.6.1. Introdução.

2.6.2. Aprofundamento e identificação das características do *empreendedor* e do *empreendedorismo*.

2.6.3. Novas competências exigidas do *empreendedor* para criar e desenvolver um empreendimento bem-sucedido.

2.6.4. *Empreendedorismo* como uma opção de vida.

2.6.5. A tábua dos mandamentos do *empreendedorismo*.

2.6.6. Síntese dos traços de personalidade típicos de um *empreendedor* de sucesso.

2.6.7. Refutando os mitos do *empreendedorismo*.

2.6.8. Distinção entre *empreendedor* e empresário.

2.6.9. *Empreendedorismo* no mundo.

2.6.10. Desemprego: uma enfermidade européia.

2.6.11. (Re)pensando o futuro do *empreendedorismo*.

2.6.12. Uma retrospectiva histórica do *empreendedorismo*.

PARTE III – Caracterização do Empreendedor.

2.7. Caracterização do *empreendedor* de empresas de base tecnológica.

2.7.1. O que é um *empreendedor* de empresas de base tecnológica.

2.7.2. *Empreendedorismo* e o criador de empresa de base tecnológica.

2.7.3. Mandamentos para a criação de uma empresa de base tecnológica.

2.8. A caracterização do negócio.

2.8.1. A oportunidade do negócio.

2.8.2. Idéias X oportunidades.

2.8.3. A janela de oportunidades.

2.8.4. A teoria de negócio.

2.8.5. Bases da revolução empreendedora do século XXI.

2.8.6. Ecosistema empresarial e o processo evolutivo na concepção da incubação de empresas.

2.8.7. Uma galáxia de alianças no “ciberespaço”.

2.8.8. A Metáfora biológica.

2.8.9. A capacidade visionária do *empreendedor*.

2.8.10. Transformando uma visão numa oportunidade de negócio.

2.8.11. Conclusão.



Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

(Reconhecido p/ Portaria nº. 1.065 de 13.07.1992 - D.O.U. de 15.07.1992)

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

(Reconhecido pela Portaria nº 312 de 02.08.2011 – D.O.U. de 04.08.2011)

CURSO DE DIREITO

(Reconhecido p/ Portaria nº 382 de 22.03.2000 – D.O.U. de 24.03.2000)

2.9. Os riscos do *empreendedor*.

2.9.1. *Empreendedorismo* e o risco empresarial.

2.9.2. Como o *empreendedor* pode tirar partido dos fracassos.

2.9.3. Grande concepção + fraca execução = morte do empreendimento.

2.9.4. Regras básicas para o lançamento de produtos/serviços de base tecnológica.

2.10. *Empreendedor* como criador de empresa.

2.10.1. O fenômeno do *start-up* e do *spin-off*.

2.10.2. *Spin-off*: aprofundando as reflexões sobre o fenômeno.

2.10.3. De acadêmico a *empreendedor*: o exercício do processo criativo.

2.10.4. *Spin-off*: tipos e problemas institucionais.

2.10.5. *Spin-off*: estratégias e organização.

2.10.6. O relacionamento com o ambiente externo.

2.10.7. Roteiro para criação de empresas via *spin-off*.

2.10.7.1. Fase de idealização.

2.10.7.2. Fase de concepção.

2.10.7.3. Fase de formação.

2.10.7.4. Fase de consolidação.

2.10.7.5. Fase de maturação.

2.10.8. Centros de investigação e universidades: gênese do *spin-off*.

2.10.9. Unindo universidade e empresa.

2.10.10. O *empreendedor* como dinamizador da economia.

2.10.11. A personificação da empresa.

2.10.12. O processo de *start-up*.

2.10.13. Conclusão.

2.11. O *Empreendedor* como fator de desenvolvimento.

2.11.1. O *empreendedor* como fator do fenômeno do crescimento e do desenvolvimento econômico da sociedade moderna.

2.11.2. O papel do *empreendedor* como criador de riquezas.

2.12. O *empreendedor* e a sua formação.

2.12.1. Formar *empreendedores* e criar empregos

2.12.2. Os mitos no processo de formação de *empreendedores*.

2.12.3. A morte dos empregos para toda a vida.

2.12.4. Escola de *empreendedores*.

2.12.5. Conclusão.

PARTE IV – Estudo e Criação das Empresas de Base Tecnológica.

2.13. Características das novas empresas.

2.13.1. Desaparecimento dos micro e pequenos negócios: crônica de uma morte



Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

(Reconhecido p/ Portaria nº. 1.065 de 13.07.1992 - D.O.U. de 15.07.1992)

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

(Reconhecido pela Portaria nº 312 de 02.08.2011 – D.O.U. de 04.08.2011)

CURSO DE DIREITO

(Reconhecido p/ Portaria nº 382 de 22.03.2000 – D.O.U. de 24.03.2000)

desmentida.

2.13.2. Empresas de base tecnológica revolucionam a gestão.

2.13.3. Paradigma empresarial do século XXI: produtos/serviços inovadores + marketing criativo.

2.13.4. As empresas de base tecnológica e as tecnologias de informação.

2.14. A inovação e a empresa de base tecnológica.

2.14.1. O impacto da economia digital no tecido empresarial.

2.14.2. Como navegar nas ondas das mudanças da nova economia.

2.14.3. A tecnologia de informação como motor da nova economia.

2.14.4. *Empreendedor* “literado em computadores”.

2.14.5. O papel do marketing: como ficar mais próximo de seus clientes.

2.14.6. A primavera da inovação: os novos mandamentos da economia do século XXI.

2.14.7. A criação de formas de empregos não tradicionais.

2.14.8. Cyberjobs: a autópsia da formação profissional.

2.14.9. *Empreendedor* do século XXI: o desafio de ser a própria empresa.

2.15. A criação de empresas de base tecnológica: *espírito empreendedor* + inovação + incubação.

2.15.1. Incubadora de empresas: uma creche para as empresas de base tecnológica.

2.15.2. Incubadora de empresas de base tecnológica: inovação tecnológica + oportunidades de mercado.

2.15.3. Incubadora como local de geração, gestação e crescimento das empresas de base tecnológica.

2.15.4. O papel da tecnologia na formação das empresas de base tecnológica.

2.15.5. A inovação tecnológica e as empresas de base tecnológica.

2.15.6. Quando as leis da física encontram as leis dos negócios.

2.15.7. A importância da capacidade tecnológica.

2.15.8. O papel capacitador da tecnologia da informação.

2.15.9. A capacidade inovadora das micro, pequenas e médias empresas de base tecnológica.

2.15.10. Incubadora de empresas de base tecnológica e o desafio de criar organizações em ambiente *high-tech*.

2.15.11. Incubadora: berçário do *spin-off*.

2.15.12. Como liderar organizações em ambientes de elevada tecnologia.

2.15.12.1. Criatividade e inovação.

2.15.12.2. Decisão de inovar: atividade inerente ao *espírito empreendedor*.

2.15.13. Negócios via Internet: idéias de McLuhan + *espírito empreendedor*.

2.15.14. O impacto da Internet na estrutura(ação) organizacional das micro, pequenas empresas de base tecnológica.



Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

(Reconhecido p/ Portaria nº. 1.065 de 13.07.1992 - D.O.U. de 15.07.1992)

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

(Reconhecido pela Portaria nº 312 de 02.08.2011 – D.O.U. de 04.08.2011)

CURSO DE DIREITO

(Reconhecido p/ Portaria nº 382 de 22.03.2000 – D.O.U. de 24.03.2000)

- 2.15.15. E-business: a nova visão do negócio no século XXI.
- 2.15.16. Explosão inovadora: *espírito empreendedor* + capitalismo.
- 2.15.17. Incubadora na Era Digital: *espírito empreendedor* + alta tecnologia + capital intelectual.
- 2.15.18. Pólos e parques de ciência e tecnologia: como instrumentos de apoio no processo de incubação de empresas de base tecnológica.
- 2.15.19. Parques tecnológicos como motor da cultura empreendedora.
- 2.15.20. Formatação dos pólos tecnológicos.
- 2.15.21. Conclusão.
- 2.16. Micro, pequenas e médias empresas: razões para um encantamento.
- 2.16.1. A mulher *empreendedora*.
- 2.16.2. Exemplos familiares: fatores condicionantes para que um indivíduo se torne um *empreendedor*.
- 2.16.3. *Empreendimentos e empreendedores*.
- 2.16.4. As dez qualidades de um *empreendedor* bem-sucedido.
- 2.16.5. Conclusões.
- 2.16.6. Recomendações.
- 2.17. Universidade Empreendedora.
- 2.17.1. Fundamentos da Universidade Empreendedora.
- 2.17.2. Transferência de Tecnologia.
- 2.17.3. A dinamização da Capacidade Empreendedora.
- 2.17.4. O *empreendedorismo* e Universidade Empreendedora.
- 2.17.5. Universidade Empreendedora.
- 2.17.5.1. Missão da Universidade Empreendedora.
- 2.17.5.2. Objetivos da Universidade Empreendedora.
- 2.17.5.3. Objetivos gerais.
- 2.17.5.4. Objetivos específicos.
- 2.17.5.5. Programas da Universidade Empreendedora.
- 2.17.6. Os intervenientes no processo de dinamização da Capacidade Empreendedora na Universidade.
- 2.17.7. A Rede de Competências e a Tipologia dos Intervenientes.
- 2.17.8. Organizações envolvidas.
- 2.17.9. Fatores estratégicos de sucesso da Universidade Empreendedora.
- 2.17.10. Os desafios da Universidade Empreendedora.

3. METODOLOGIA

- 3.1. Aulas expositivas.



Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

(Reconhecido p/ Portaria nº. 1. 065 de 13. 07. 1992 - D.O.U. de 15.07.1992)

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

(Reconhecido pela Portaria nº 312 de 02.08.2011 – D.O.U. de 04.08.2011)

CURSO DE DIREITO

(Reconhecido p/ Portaria nº 382 de 22.03.2000 – D.O.U. de 24.03.2000)

3.2. Fórum de Debates.

3.2. Estudos de Casos.

3.3. Resenha Crítica.

4. RECURSOS

4.1. Retroprojektor.

4.3. Multimídia.

4.4. Quadro branco.

5. AVALIAÇÃO

5.1. Provas escritas.

6. BIBLIOGRAFIA

6.1. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LENZI, F. C.; KIESEL, D. (orgs). *O empreendedor de visão*. São Paulo: Atlas, 2009.

DEGEN, RONALD. *O empreendedor: empreender como opção de carreira*. São Paulo: Person Prentice Hall, 2011.

DORNELAS, J.C. A. *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

6.2. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DOLABELA, F. *O segredo de Luíza*. São Paulo: Sextante, 2008.

ROCHA, L. C. *Criatividade e inovação: como adaptar-se às mudanças*. Rio de Janeiro: LTC, 2009.