

## FICHA2 - PLANO DE ENSINO

CÓDIGO: <b>TE345</b>	DISCIPLINA: <b>ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS</b>				TURMA: <b>NA</b>	
NATUREZA: <b>Obrigatória</b>		REGIME: <b>null</b>		MODALIDADE: <b>Presencial</b>		
CH TOTAL: <b>60h</b>		CH SEMANAL: <b>0h</b>	CH Prática como Componente Curricular (PCC): <b>0h</b>		CH Atividade Curricular de Extensão (ACE): <b>0h</b>	
Padrão (PD): <b>60h</b>	Laboratório (LB): <b>0h</b>	Campo (CP): <b>0h</b>	Orientada (OR): <b>0h</b>	Estágio (ES): <b>0h</b>	Prática Específica (PE): <b>0h</b>	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): <b>0h</b>
FICHA 2 PREENCHIDA PELO DOCENTE: <b>JAMES ALEXANDRE BARANIUK</b>						

### EMENTA

O que é Administração. Importância para a carreira do Engenheiro. Desenvolvimento das teorias da Administração. Funções administrativas clássicas: planejamento, organização, direção e controle. Características pessoais do administrador. Suprimentos. Contabilidade. Comportamento Organizacional. A empresa e seu ambiente. Funções empresariais clássicas: marketing, produção, finanças e recursos humanos. O processo de criação e administração de uma empresa. Estruturas do capital das empresas.

### PROGRAMA

Principais Funções da Empresa: Marketing, Produção, Financeiro e Recursos Humanos. Estruturas Organizacionais. Elaboração de Plano de Negócios. Gestão da Inovação.

### OBJETIVO GERAL

Capacitar ao estudante a identificar e planejar uma empresa de pequeno porte para a produção de bens e/ou serviços tecnológicos.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O estudante deverá ser capaz de realizar um plano de negócios para uma pequena empresa produtora de bens ou serviços de base tecnológica, definindo a estratégia de produção, estratégia de marketing, estratégia de preços, estratégia de promoção e gestão do empreendimento.

### PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS



**A disciplina será desenvolvida mediante com aulas presencias todas as terças-feiras e quintas-feiras com a participação dos estudantes.** A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivo-dialogadas quando serão apresentados os conteúdos curriculares teóricos e através de trabalhos de pesquisa em sala de aula e em campo. Serão utilizados os seguintes recursos: quadro branco, notebook e projetor multimídia.

## FORMAS DE AVALIACAO

A presente disciplina será avaliada por meio das seguintes atividades:

### **1ª FASE – ESTUDOS PRELIMINARES – Até a 4ª Semana – 10% da Nota**

1. Análise Externa (legislação, competidores, tendências)
2. Descrição do Cliente (Público Alvo)
3. Elaboração de Mapa de Empatia
4. Elaboração de Mapa de Valor

### **2ª FASE – DEFINIÇÃO DOS PRODUTOS / SERVIÇOS – 15% da Nota**

1. Descrição dos Produtos / Serviços
1. Detalhamento dos Produtos / Serviços
2. Atributos e Casa da Qualidade
2. Apresentação em sala da proposta inicial
3. Entrevista com Cliente em Potencial

### **1ª Prova Individual – Até a 8ª Semana – 25% da Nota**

### **3ª FASE – POSICIONAMENTO – Até a 12ª Semana – 10% da Nota**

1. Estratégia de Preços
2. Estratégia de Promoção dos Produtos e Serviços

### **4ª FASE – ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIOS – 15% da Nota**

1. Elaboração de Orçamento (Estrutura de Custos)
2. Elaboração de Mapa CANVAS
3. Elaboração de Vídeo de Apresentação do Projeto
4. Apresentação da proposta final em Seminário

### **2ª Prova Individual – Até a 15ª Semana – 25% da Nota**

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA



OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. 300 p.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009. xix, 703 p.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios : como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 299 p.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DAFT, Richard L. **Organizações: teorias e projetos**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008. xii, 611 p.

TIDD, Joseph,; BESSANT, J. R.; PAVITT, Keith. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2008 600 p.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. [s.l.] : Atlas, 2012.

CARVALHO, H. G. de; REIS, D. R. dos; CAVALCANTE, M. B. **Gestão da inovação**. [s.l.] : Aymarã Educação, 2011.

SAVAGE, C. M. **5. geração de gerencia: criando por meio do empresariamento do virtual, do dinamismo das equipes e do conhecimento colocado em red**. [s.l.] : Pioneira, 1996.

**Obs.:** Os estudantes poderão acessar aos livros disponíveis na forma de arquivos digitais fornecidos pelas respectivas editoras disponíveis em <<minhabiblioteca.ufpr.br >>

