



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DA UFBA

## CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE NEGÓCIOS

*\*As ementas estão passíveis de alteração pelo docente, quando do seu cursamento.*

# DISCIPLINAS

EIXO	MODULO	DISCIPLINA	CH – P	CH- EAD	DOCENTE
CRIAÇÃO	COMPETÊNCIAS RELACIONAIS E DE COLABORAÇÃO	Comunicação e técnicas de apresentação	15	2	Fábio Ferreira
		Liderança, negociação e gestão de conflitos	15	2	Ernani Coelho
		Tecnologias da informação na gestão	15	2	Horácio Filho
	IDEAÇÃO EMPREENDEDORA	Design empreendedor	15	2	Morjane Armstrong e Justina Tellechea
		Modelagem de projetos de inovação	15	2	Morjane Armstrong e Justina Tellechea
DESENVOLVIMENTO	PENSAMENTO ESTRATÉGICO	Fundamentos econômicos, planejamento Estratégico e tomada de decisão	30	4	Sergio Goes
		Métodos quantitativos aplicados a gestão	30	4	Jair Sampaio
GESTÃO	MARKETING INOVADOR	Gestão estratégica de marketing	30	4	Rodrigo Ladeira
		Negócios e marketing digital	30	4	Lucas Dantas e Matheus
	GESTÃO COMPESSOAS	Gestão estratégica de pessoas	30	4	Lucas Freitas
		Gestão de projetos	30	4	Ricardo Coutinho
	TECNOLOGIAS DE GESTÃO	Gestão de operações, processos e qualidade	15	2	Paulo Figueiredo
		Oficinas de gestão e empreendedorismo	30	4	Paulo Pietrobon e Rodrigo Paolilo
	DIREITO NOS NEGÓCIOS	Direito empresarial	30	4	Daniela Borges
	INTELIGÊNCIA FINANCEIRA	Gestão de custos e formação de preços	30	4	Adriano Leal Bruni Roberto Brasileiro
		Finanças de curto prazo	30	4	Adriano Leal Bruni Roberto Brasileiro
		Finanças de longo prazo	30	4	Antônio Francisco
TCC					

3.7 Programas de Disciplinas (Formulário SUPAC/UFBA)

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
SUPERINTENDÊNCIA ACADÊMICA  
SECRETARIA GERAL DOS CURSOS

PROGRAMA DE DISCIPLINAS

**OBS: A carga horária básica deve ser de 17h ou múltiplo de 17h, conforme Res. 05/03 do CONSEPE.**

DISCIPLINA						
CÓDIGO:	NOME: COMUNICAÇÃO E TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO					
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			17			
EMENTA/OBJETIVOS						
Fundamentos da comunicação: conceito, campo, modelos e propósitos. Comunicação e percepção. Barreiras. Comunicação intra e interpessoal. Comunicação verbal e não verbal. Técnicas e práticas de apresentação. Ao final do curso o (a) aluno (a) deverá ser capaz de compreender o papel da nas organizações e dominar técnicas de apresentação.						
METODOLOGIA						
As aulas serão ministradas por meio de exposições (nas quais a participação do aluno é esperada), discussão de textos, estudos de caso, vídeos e atividades práticas de apresentações individuais e em grupo.						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						

Fundamentos da comunicação: definições para o conceito de comunicação, panorama da comunicação como campo de estudos, modelos explicativos do processo de comunicação e objetivos da comunicação.

Comunicação e percepção: estudo sobre a percepção humana (de si e do outro) e suas relações com o processo de comunicação.

Barreiras: estudo das barreiras ao processo de comunicação e de maneiras de minimizá-las.

Comunicação intra e interpessoal: definir essas dimensões da comunicação e suas diversas particularidades.

Comunicação verbal e não-verbal: definições, particularidades e complementaridades entre a comunicação verbal e a não-verbal.

Técnicas e práticas de apresentação: discussão sobre técnicas de comunicação oral e apresentações individuais e em grupo feitas pelos alunos.

#### BIBLIOGRAFIA

##### **BÁSICA:**

WALKER, Robyn. **Gerenciamento estratégico de comunicação para líderes**. 1. ed. bras. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2016. 421 p.

WOOD, Julia T; YAMAGAMI, Cristina. **Mosaicos da comunicação**: uma introdução aos estudos da comunicação. São Paulo, SP : Ática, 2009. 487 p. (Ática universidade).

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: LIDERANÇA, NEGOCIAÇÃO E GESTÃO DE CONFLITOS				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			17			
<b>EMENTA/OBJETIVOS</b>						
<p>A disciplina busca qualificar o gestor para atuar num ambiente de trabalho marcado pela complexidade dos relacionamentos profissionais e pela fragmentação, diversificação e, frequentemente, confronto de interesses entre indivíduos e organizações. Os principais aspectos tratados envolvem a compressão do papel da liderança negociadora; os modelos mentais e a psicologia dos negociadores; a natureza e as características das situações de conflito e dos processos de negociação; os modelos e procedimentos típicos da negociação empresarial; a avaliação de contextos reais de processos de gestão de conflitos e de negociação; as estratégias de comunicação empregadas em interações negociais.</p>						
<b>METODOLOGIA</b>						
<p>As aulas serão ministradas por meio de exposições e interações dialogadas (nas quais a participação do aluno é esperada), atividades à distância (no limite de até 20% da carga horária do curso), discussão de textos, estudos de caso, análise de vídeos, atividades práticas de negociação e de exercícios dentro e fora da sala de aula.</p>						
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. O fenômeno da liderança e sua interface com a gestão de conflitos e a negociação;</li> <li>2. Conceitos básicos em negociação;</li> <li>3. Processos de construção de acordos X resolução de conflitos;</li> <li>4. Processos de negociação, dinâmicas integrativas X dinâmicas distributivas;</li> <li>5. O modelo Harvard, interesses, pessoas, opções, critério;</li> <li>6. BATNA – Best Alternative to a Negotiated Agreement;</li> <li>7. Planejamento de processos negociados;</li> <li>8. Contextos de negociação, elementos comunicativos e os afetos na negociação;</li> <li>9. Estratégias para fechamento e formalização de acordos.</li> </ol>						
<b>BIBLIOGRAFIA</b>						

**BÁSICA:**

BURBRIDGE, R. Mark; BRUBRIDGE, Anna. *Gestão de conflitos: desafios do mundo corporativo*. São Paulo: Saraiva, 2012.

LEWICKI, Roy J. *Fundamentos de negociação*. Porto Alegre: AMGH, 2014.

ROGER, Fisher; URY, Willian; PATTON, Bruce. *Como Chegar ao Sim - A Negociação de Acordos Sem Concessões*. Rio de Janeiro: Imago, 2014.

**COMPLEMENTAR:**

BASTOS, Simone de Almeida Ribeiro; CORRÊA, Marcelo Girade; PASSANI, Andrezza Gaglianoni; OLIVEIRA, Igor Lima Goettenauer de. *Resolução de conflitos para representantes de empresa*. Brasília, DF: Fundação Universidade de Brasília, 2014.

CARVALHAL, Eugênio do. *Negociação e administração de conflitos*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2009

LEAL, Victor Nunes. *Manual de Negociação Baseado na Teoria de Harvard*. Brasília: EAGU Escola da Advocacia-Geral da União, 2017.

MARTINELLI, Dante Pinheiro; ALMEIDA, Ana Paula de. *Negociação e solução de conflitos: do impasse ao ganha-ganha através do melhor estilo*. São Paulo, SP: Atlas, 1998.

OCHMAN, Renato. *Vivendo a negociação: estratégias, técnicas negociais e jurídicas e modelos de contratos para fechar o melhor negócio*. São Paulo, SP: Saraiva, 2009.

SIDEL, George. *Negociação rumo ao sucesso: estratégias e habilidades essenciais*. Van Rye Publishing, LLC, 2016.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:	NOME: TECNOLOGIAS E INFORMAÇÃO NA GESTÃO					
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			17			
EMENTA/OBJETIVOS						
Apresentar aos discentes o uso da tecnologia da informação no meio corporativo, elencando e analisando as funções dentro da gestão empresarial e possibilitando o entendimento (e uso) sobre os aspectos estratégicos, gerenciais e operacionais da Tecnologia da Informação, sobretudo como ferramenta para a ação organizacional colaborativa.						
METODOLOGIA						
Aprendizagem Vivencial – aprendizagem orientada para a transformação da experiência em conhecimento, considerando experiência: (i) o capital intelectual dos alunos; (ii) a orientação docente; e (iii) as atividades práticas conduzidas no curso. Buscar-se-á promover a autonomia do aluno na construção do conhecimento e do conteúdo da aprendizagem.						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p><b>- Sistemas de Informação</b></p> <p>Sistemas de Processamento de Transações</p> <p>Sistemas de Informação Gerenciais</p> <p>Sistemas de Apoio à Decisão</p> <p>Sistemas Colaborativos</p> <p><b>- Sistemas Colaborativos</b></p> <p>Aplicações para desenvolvimento colaborativo de conteúdo</p> <p>Sistemas de Apoio à Decisão em Grupo</p> <p>Sistema de Apoio a Reuniões</p> <p>Ambientes Virtuais de Aprendizagem como Espaços Colaborativos</p>						
BIBLIOGRAFIA						

**BÁSICA:**

BERGERON, P. Information resources management. *Annual Review of Information Science and Technology*, v. 31, p. 263-300, 1996.

Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Traduzido pela FINEP- Financiadora de Estudos e Projetos, 2005, 136 p.

TIDD, J. e BESSANT, J. *Gestão da inovação: integrando tecnologia*. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

**COMPLEMENTAR:**

BANK, J. AND RAZA, A. Collaborative Idea Management: A Driver of Continuous Innovation. *Technology Innovation Management Review*. 2014.

BEAL, A. *Gestão estratégica da informação: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações*. São Paulo: Atlas, 2012.

CARDOSO, Marcelo Herondino. Software social no ambiente corporativo: transformando a produção e disseminação de conhecimento nas organizações. *DataGramZero*, v.8, n.4, ago. 2007.

DAMES, K. Matthew. *Social software in the library*. 2006. Disponível em: <<http://www.llrx.com/features/socialsoftware.htm>>. Acesso em: mar. 2015.

DAVENPORT, T. H & PRUSAK, L. *Conhecimento Empresarial*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DAVENPORT, T. H. *Ecologia da Informação*. São Paulo: Futura, 1998. 316 p.

MARTINS, S. DE C. *Gestão da Informação: Estudo comparativo de modelos sob a ótica integrativa dos recursos de informação*. Niterói, 2014. 182 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

MCAFEE, A. *Empresas 2.0: a força empresariais*. Campus. São Paulo. 2010.

PIMENTEL, M. FUCKS, H. *Sistemas Colaborativos*. Campus. São Paulo. 2012.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. *Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio*. Tradução: Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007. 367 p.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: DESIGN EMPREENDEDOR				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			17			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Análise da organização e o seu entorno. Aspectos conceituais. Evolução histórica do empreendedorismo no mundo e no Brasil. Perfil do empreendedor na era do conhecimento. Tipos de empreendedorismo. Universo da inovação. Estratégias empreendedoras (reflexões e ferramentas). Design Thinking. A disciplina busca proporcionar ao discente, a partir da realização de algumas práticas, tanto sob a perspectiva teórica como experimental, embasamento sobre o universo do empreendedorismo e da inovação, dando-lhe subsídio para identificar e se adaptar a mudanças aceleradas nas tecnologias, nos mercados, e nas novas formas organizacionais vigentes, identificando, inclusive, oportunidades de inovação.</p>						
METODOLOGIA						
<p>Aprendizagem Vivencial – aprendizagem orientada para a transformação da experiência em conhecimento, considerando experiência: (i) o capital intelectual dos alunos; (ii) a orientação docente; e (iii) as atividades práticas conduzidas no curso. Buscar-se-á promover a autonomia do aluno na construção do conhecimento e do conteúdo da aprendizagem.</p>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p><b>Análise da organização e do seu entorno</b></p> <p><b>Universo da inovação</b></p> <p><b>Aspectos conceituais do empreendedorismo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abordagens psicológica, econômica, processual e organizacional</li> </ul> <p><b>Evolução histórica do empreendedorismo no mundo e no Brasil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Da idade antiga ao momento presente</li> </ul> <p><b>Perfil do empreendedor na era do conhecimento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abordagens do papel do administrador</li> <li>- Características do empreendedor</li> <li>- Comparação de domínios</li> </ul> <p><b>Tipos de empreendedorismo</b></p>						



- Negócios, Social e Intraempreendedor

## Estratégias empreendedoras (reflexões e ferramentas)

### Design Thinking

- Conceito

- Identificação de oportunidades (Projeto Piloto/TCC)

## BIBLIOGRAFIA

### BÁSICA

**BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Tradução Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.**<sup>1</sup>

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.<sup>2</sup>

HENRY MINTZBERG, [ET AL.]. **O processo da estratégia [recurso eletrônico]:** conceitos, contextos e casos selecionados. tradução Luciana de Oliveira da Rocha. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : Artmed, 2007. Disponível em: [https://www.academia.edu/4988519/O\\_Processo\\_da\\_Estrat%C3%A9gia](https://www.academia.edu/4988519/O_Processo_da_Estrat%C3%A9gia)

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safari de Estratégias.** Ed. 2. Porto Alegre, Bookman, 2010. Disponível em: [https://www.academia.edu/11235162/Saf%C3%A1ri\\_da\\_Estrat%C3%A9gia\\_-\\_Henry\\_Mintzberg\\_Bruce\\_Ahlstrand\\_e\\_Joseph\\_Lampel](https://www.academia.edu/11235162/Saf%C3%A1ri_da_Estrat%C3%A9gia_-_Henry_Mintzberg_Bruce_Ahlstrand_e_Joseph_Lampel)

Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. Edição 2005 (português): <https://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>. Edição 2018 (inglês): <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304604-en.pdf?expires=1544108878&id=id&accname=guest&checksum=DEDA01DD004EF9A21F6A693E7C727CB8>

OSTERWALDER, Alexander. **Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários/** Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011. 300p. Disponível em: <http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/Business-Model-Generation.pdf>

SUGAI, M., SOARES BEZERRA, J., URUSHIMA DE AZEVEDO, P., GAMEIRO DOS SANTOS, L., BARBALHO, G., ARAÚJO DE OLIVEIRA, F., & SANTOS DE SOUSA, M. (2013). Design Thinking: uma nova forma de pensar. **QUIPUS** - ISSN 2237-8987, 2(2), 31-40. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/quipus/article/view/441>

TIDD, J. E BESSANT, J. **Gestão da Inovação.** 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

TRENTINI, A. M. M. ET AL. Inovação aberta e inovação distribuída, modelos diferentes de inovação? **R. eletr. estrat. neg.**, Florianópolis, v.5, n.1, p.88-109, jan./abr. 2012. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/29464/inovacao-aberta-e-inovacao-distribuida--modelos--->

<sup>1</sup> Ver outros arquivos sobre DT em: [http://cdn2.hubspot.net/hubfs/1701231/Documents/Design\\_Thinking\\_-\\_The\\_Book/Design\\_Thinking\\_The\\_Book.pdf](http://cdn2.hubspot.net/hubfs/1701231/Documents/Design_Thinking_-_The_Book/Design_Thinking_The_Book.pdf)

<http://www.pucsp.br/catedraignacysachs/downloads/1-design-thinking-renato-braga.pdf>

[http://courses.washington.edu/art166sp/documents/Spring2012/readings/week\\_3/design\\_thinking.pdf](http://courses.washington.edu/art166sp/documents/Spring2012/readings/week_3/design_thinking.pdf)

<https://repositorio.unp.br/index.php/quipus/article/view/441>

<sup>2</sup> Ver site Dornelas: <http://www.iosedornelas.com.br/>

## COMPLEMENTAR:

BLANK, Steven. **Do Sonho à realização em 4 passos: Estratégias Para Criação de Empresas de Sucesso.** (M. C. Santana, Trad.) Editora Évora, 2012.

CARVALHO, H. G. de; REIS, D. R. dos; CAVALCANTE, M. B. **Gestão da Inovação.** Curitiba: Aymar, 2011.

CASADESUS-MASANELL, R.; RICART, J. E. From strategy to business models and onto tactics. **Long Range Planning**, v. 43(2-3), p. 195-215, 2010. DOI: 10.1016/j.lrp.2010.01.004

CHESBROUGH, H. **Inovação aberta: como criar e lucrar com a tecnologia.** Porto Alegre: Bookman, 2012.

CHRIS GUILLEBEAU. **Startup – Comece a sua empresa por 100 €.** 2013 Self – Desenvolvimento pessoal Título original The \$ 100 Startup © 2012 Chris Guillebeau. Publicado originalmente nos Estados Unidos por Crown Business, 2012. Disponível em:

[http://www.projeto.camisetafeitadepet.com.br/imagens/banco\\_imagem\\_livros/88\\_livro\\_site.pdf](http://www.projeto.camisetafeitadepet.com.br/imagens/banco_imagem_livros/88_livro_site.pdf)

DAVID.D.E.H; CARVALHO, H.; PENTEADO, R.S. **Gestão de Ideias.** Curitiba: Aymar, 2011. Disponível para download em <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/2058/1/gestaoideias.pdf>

DEMIL, B.; LECOCQ, X. **Business model evolution: in search of dynamic consistency.** Long Range Planning, v. 43(2-3), p. 227-246, 2010. DOI:10.1016/j.lrp.2010.02.004

Drucker, Peter F. **Inovação e espírito Empreendedor.** Ano: 1987. Pioneira.

KERM, Daniel. **Elevator Pitch 2.0: O seu primeiro passo para ter sucesso nos negócios: Despertar o interesse dos seus clientes-alvo através de uma abordagem pessoal e personalizada.** CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015.

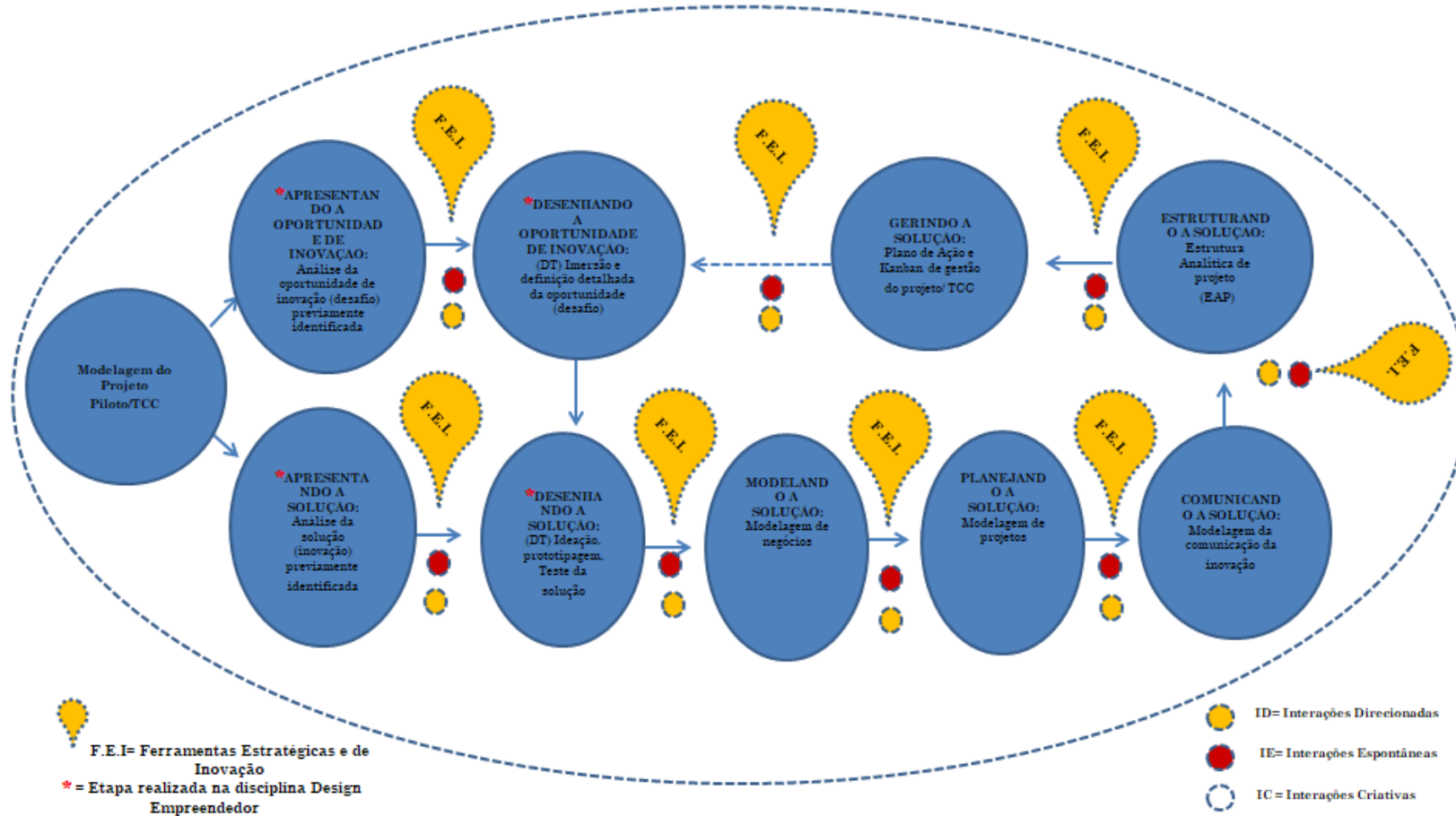
OSTERWALDER Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers.** Paperback, 2010.

RIES, ERIC. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas / Eric Ries; [tradução Texto Editores].** – São Paulo : Lua de Papel, 2012. Disponível em: <http://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf>

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: MODELAGEM DE PROJETOS DE INOVAÇÃO				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			17			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>A disciplina busca modelar o Projeto Piloto do discente, que representa o seu trabalho de conclusão de curso. Para tanto, tem como objetivos específicos: <b>(i)</b> construir e validar conceitos criativos, embriões de soluções de alta relevância. Devem ser trabalhados métodos que auxiliem ao aluno a conceber soluções novas, baseados na identificação de necessidades da sociedade; <b>(ii)</b> trabalhar com estratégias para transformar conceitos criativos em uma inovação de fato. Para tanto, será desenvolvida a competência em Modelo e Plano de Negócios para modelar, analisar, definir e apresentar a estratégia a ser adotada para a consecução de resultados viáveis e exequíveis; <b>(iii)</b> trabalhar com ferramentas que implementem a entrega da inovação ao público alvo, por meio dos canais de distribuição identificados, estimulem e facilitem a apropriação da novidade pela sociedade; <b>(iv)</b> trabalhar a criação partilhada e planejamento de marketing; e <b>(v)</b> estruturar analiticamente o projeto e o plano de ação.</p>						

## METODOLOGIA

Aprendizagem Vivencial – aprendizagem orientada para a transformação da experiência em conhecimento, considerando experiência: (i) o capital intelectual dos alunos; (ii) a orientação docente; e (iii) as atividades práticas conduzidas no curso. Buscar-se-á promover a autonomia do aluno na construção do conhecimento e do conteúdo da aprendizagem.



## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### DESENHANDO A SOLUÇÃO:

(DT) Ideação, prototipagem, Teste da solução

### MODELANDO A SOLUÇÃO:

Modelagem de negócios

### PLANEJANDO A SOLUÇÃO:

Modelagem de projetos

### COMUNICANDO A SOLUÇÃO:

Modelagem da comunicação da inovação

### ESTRUTURANDO A SOLUÇÃO:

Estrutura Analítica de projeto

(EAP)

### GERINDO A SOLUÇÃO:

Plano de Ação e Kanban de gestão do projeto/ TCC

## BIBLIOGRAFIA

### BÁSICA:

BASTREGHI, DANIEL RODRIGO. **Marketing Strategy Canvas**. 2018. Disponível em:

<http://www.marketingstrategycanvas.com/>

**BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Tradução Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.**<sup>3</sup>

FINOCCHIO JR, JOSE. **Project Model Canvas**. 2013. Disponível em: <http://pmcanvas.com.br/>

MOVIMENTO EMPREENDA, 2012. **Ferramentas para empreendedores**. Disponível em:

<https://www.mudevoceomundo.com/single-post/551d8f9focf2aa18117a2731>. Acesso em agosto 2018.

OSTERWALDER, Alexander. **Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários/ Alexander Osterwalder, Yves Pigncur. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011. 300p.** Disponível em: <http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/Business-Model->

<sup>3</sup> Ver outros arquivos sobre DT em: [http://cdn2.hubspot.net/hubfs/1701231/Documents/Design\\_Thinking\\_-\\_The\\_Book/Design\\_Thinking\\_The\\_Book.pdf](http://cdn2.hubspot.net/hubfs/1701231/Documents/Design_Thinking_-_The_Book/Design_Thinking_The_Book.pdf)

<http://www.pucsp.br/catedrainacysachs/downloads/1-design-thinking-renato-braga.pdf>

[http://courses.washington.edu/art166sp/documents/Spring2012/readings/week\\_3/design\\_thinking.pdf](http://courses.washington.edu/art166sp/documents/Spring2012/readings/week_3/design_thinking.pdf)

<https://repositorio.unp.br/index.php/quipus/article/view/441>

[Generation.pdf](#)

**COMPLEMENTAR:**

AGUIAR, S. **Integração das ferramentas da qualidade ao PDCA e ao Programa Seis Sigma**. Nova Lima: INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2006.

ANDRADE, F.F.D. **O método de melhorias PDCA**. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) - Escola Politécnica - EP: São Paulo, 2003.

ARRUDA, Carlos. **De Minas para o Mundo do Mundo para Minas**. Relatório de Pesquisa - RP 1105/ 2011. Nova Lima/BH. Disponível em: [www.fdc.org.br/](http://www.fdc.org.br/). Acesso em: jan. 2015.

BESSANT, J. R; TIDD, Joseph. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BORGES, M. A. G. A informação e o conhecimento como insumo ao processo de desenvolvimento. **Revista Ibero-americana de Ciência da Informação (RICI)**, v. 1, n. 1, jul./dez., 2008, p. 175-196.

BUZAN, TONY **"Mapas mentais e sua elaboração: um sistema definitivo de pensamento que transformará a sua vida"** / Tony Buzan; tradução Euclides Luiz Calloni, Celusa Margô Wosgrau, São Paulo, Cultrix, 2005.

CAMPOS. V.F. **Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia**. 8. ed. Belo Horizonte: INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2004.

CHESBROUGH, H. **Open Business Models**. Harvard: Harvard Business Scholl Press, 2006.

CHESBROUGH, H.; VANHAVERBEKE, W.; WEST, J. (Coord.). **Open Innovation: Researching a New Paradigm**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

Espaço Redes Bahia (EAUFBA). **Grupo de Pesquisa Tecnologia, Inovação e Competitividade**. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/pt-br/nucleo/espaco-redes-bahia>. Acesso em: fev. 2014.

MACHADO, Denise Del Prá Netto; LEHMANN, Cristiane Arndt; ARAUJO, Bárbara de. Organização e cultura de inovação: elementos concretos e fatores percebidos. **Revista Alcance**, Itajaí, v. 15, n. 2, p. 152-168, maio/ago. 2008.

MOVIMENTO EMPREENDA, 2012. **Ferramentas para empreendedores**. Disponível em: <https://www.mudevoceomundo.com/single-post/551d8f9focf2aa18117a2731>. Acesso em agosto 2018.

Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3. ed. Traduzido pela FINEP- Financiadora de Estudos e Projetos, 2005, 136 p.

QUANDT, C. Inovação em clusters emergentes. **Com.Ciência**, 57, ago, 1-5, 2004.

QUEVEDO, L.A. Conhecer para participar da sociedade do conhecimento. In: MARIA LUCIA MACIEL, SARITA ALBAGLI (Org.). **Informação e desenvolvimento: conhecimento, inovação e apropriação social**. Brasília: IBICT, UNESCO, 2007, 388 p.

ROTHWELL, Roy. **Towards the Fifth-generation Innovation Process**. Science Policy Research Unit. University of Sussex, UK. 1994

SILVEIRA, L.; CABRAL, A. **Evolução dos modelos de inovação: o caso da Embraer**. Anais do 13º Encontro de Iniciação Científica e Pós-Graduação do ITA – XIII ENCITA / 2007. Instituto Tecnológico de Aeronáutica, São José dos Campos, SP, Brasil, Outubro, 01 a 04, 2007.

TIDD, J. e BESSANT, J. **Gestão da inovação: integrando tecnologia**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:	NOME: FUNDAMENTOS ECONÔMICOS, PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E TOMADA DE DECISÃO					
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Compreender os conceitos mais importantes por trás dos fundamentos econômicos, sociais e políticos da estratégia. Compreender a relação destes fundamentos e sua relação com a estratégia</p> <p>Compreender o funcionamento dos principais modelos tradicionais de concorrência</p> <p>Compreender como funciona a estratégia competitiva fundamentada nas premissas da economia da organização industrial</p> <p>Compreender os fundamentos de identificação de mercado e concorrentes</p> <p>Compreender como opera a análise competitiva e estratégica</p> <p>Compreender o conceito de cadeia de valor</p> <p>Compreender como a cadeia de valor se relaciona com o conceito de vantagem competitiva</p> <p>Identificar e compreender o funcionamento das estratégias empreendedoras</p> <p>Compreender como opera a análise competitiva e suas ferramentas (5 forças, VRIO e Balanced Scorecard)</p>						
METODOLOGIA						
<p>Exposições dialogadas</p> <p>Exercícios Interativos</p> <p>Método do Caso</p> <p>Uso de Jogos e Simulações</p>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p>O que é estratégia e seus conceitos básicos</p> <p>O que é organização industrial e sua relação com estratégia</p> <p>Os modelos tradicionais de concorrência</p> <p>Indústria, mercados e economias de escala e escopo</p> <p>O que é valor? Como se cria?</p> <p>Vantagem competitiva e posicionamento estratégico</p>						

Cadeia de valor

Inovação, economia evolucionária e ambiente

Empreendedorismo estratégico

Estratégias empreendedoras

O que é estratégia, ferramentas de administração estratégica

Análise competitiva (análise das 5 forças e modelo VRIO)

Balanced Scorecard

Gestão da Mudança

## BIBLIOGRAFIA

### **BÁSICA:**

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva**, 3ª Edição, Prentice Hall, 2011.

BESANKO, D. DRANOVE, M. SHANLEY & S. SCHAEFER, **A Economia da Estratégia**, 5ª Edição. Bookman, 2012.

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração Estratégica: Competitividade e globalização**. 3ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2014

KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. **Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.



DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: MÉTODOS QUANTITATIVOS APLICADOS A GESTÃO				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>A disciplina busca, como objetivo principal, desenvolver no aluno uma compreensão intuitiva da estatística e do raciocínio estatístico aplicáveis ao Empreendedorismo e à Gestão de Negócios. Como específicos visa interpretar corretamente os resultados estatísticos; dominar o cálculo, a análise e a escolha dos processos e das técnicas estatísticas a serem aplicadas na exploração de dados; familiarizar o aluno com as principais fontes secundárias disponíveis. Prevê discutir: Fases do Método Estatístico. Distribuições de frequências, apresentação gráfica, medidas de posição, medidas de dispersão, medidas de assimetria e curtose. Associação entre variáveis, correlação, regressão simples. Pacote computacional para análise exploratória de dados.</p>						
METODOLOGIA						
<p>O conteúdo programático da disciplina será ministrado mediante desenvolvimento de aulas expositivas, com o apoio de pacotes estatísticos ou planilhas eletrônicas. Paralelamente serão desenvolvidos exercícios de conotação prática com o objetivo de ilustrar a teoria, visando melhor compreensão da disciplina.</p>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fases do Método Estatístico.</li> <li>2. Distribuições de frequências.</li> <li>3. Apresentação gráfica.</li> <li>4. Medidas de posição.</li> <li>5. Medidas de dispersão.</li> <li>6. Medidas de assimetria e curtose.</li> <li>7. Associação entre variáveis, correlação, regressão simples</li> <li>8. Pacote computacional para análise exploratória de dados</li> </ol>						
BIBLIOGRAFIA						
<p><b>BÁSICA:</b></p> <p>BRUNI, Adriano Leal. Estatística aplicada a gestão empresarial. 4 ed. São Paulo: Gen Atlas, 2013.</p> <p>FREUND, John E. Estatística Aplicada. Economia, Administração e Contabilidade. 11 ed. Porto Alegre:</p>						

Bookman, 2006.

FONSECA, Jairo Simon; MARTINS, Gilberto de Andrade. Curso de Estatística. 6 ed. 4 ed. São Paulo: Gen Atlas, 1996.

**COMPLEMENTAR:**

TOLEDO, G. L. & OVALLE, I. I. Estatística Básica, 2a edição. Atlas, São Paulo, 1985.

STEVENSON, W. J. Estatística Aplicada à Administração. São Paulo: Harbra, 2001.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARKETING				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			2019
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Apresentação teórica de um Planejamento estratégico em Marketing, e posterior desenvolvimento de um plano de marketing, aplicado a uma organização, eleita pelos alunos, a ser desenvolvida com o apoio do professor.</p> <p>Isto deverá propiciar aos alunos deste curso uma visão da importância e dos resultados a serem conseguidos se observado cada passo no desenvolvimento de um planejamento estratégico de marketing.</p>						
METODOLOGIA						
Aulas expositivas e posterior desenvolvimento prático de um Planejamento Estratégico aplicado.						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p>Planejamento estratégico em Marketing</p> <p>Sumário executivo e sua importância</p> <p>Definição de Missão, visão e valores das organizações;</p> <p>Análise do ambiente em que estas organizações estão inseridas, considerando as variáveis, político legais, econômico, tecnológico, cultural, social e de consumo, questões ambientais e de sustentabilidade.</p> <p>Análise da concorrência e dos possíveis consumidores.</p> <p>Análise do ambiente interno das organizações:</p> <p>Fornecedores e relações com os mesmos; intermediários e cadeia de valor e distribuição; disponibilidade de recursos, financeiros e humanos, percepção de valor de marca e reputação da mesma; processo de comunicação utilizado no presente; Market share e share of pocket; características distintivas de produtos e serviços;</p> <p>Análise de Swot e utilização de matrizes de análise estratégica de UENs (Unidades Estratégicas de negócios);</p> <p>Estabelecimento de objetivos e metas gerais, e separadas de acordo com o Composto Mercadológico dos 4 Ps (Produto/Serviço, Distribuição e logística, comunicação integrada em Marketing, e precificação), ;</p> <p>Amarrado a isto, desenvolvimento de estratégias relacionadas a cada elemento do composto relacionado</p>						

acima;

Implementação e suas diversas abordagens;

Controle Financeiro e por BSC ( Balanced Scorecard)

## BIBLIOGRAFIA

### **BÁSICA:**

GRACIOSO, F. **Marketing Estratégico - Planejamento Estratégico Orientado Para o Mercado** - 6ª Ed. 2007.

ANDRÉ TORRES URDAN, A. T.; URDAN, F. T. **Marketing estratégico no Brasil: teoria e aplicações**. EDITORA Atlas S.A., 2010

ANDRÉ TORRES URDAN, A. T.; URDAN, F. **Gestão do composto de marketing, 2ª edição**. Ano: 2012

**Marketing Estratégico no Brasil (Material Complementar) - Urdan.pdf**

DISCIPLINA						
CÓDIGO:	NOME: NEGÓCIOS E MARKETING DIGITAL					
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
Fundamentar o processo de decisão de marketing em canais digitais, com ênfase em conceitos, terminologias, aplicações e limitações; Reconhecer oportunidades para o uso de mídias digitais em relação à macro-estratégia de mercado da organização; Conhecer as principais ferramentas, práticas e fundamentos de mídias pagas e não-pagas; Capacitar o estudante para aplicar canais digitais como instrumento de teste em um ambiente de empreendedorismo.						
METODOLOGIA						
Aulas expositivas; Discussão de cases de mercado; Laboratório para uso de ferramentas;						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
Apresentação do conteúdo, história e evolução do marketing digital;						
Papel e rotina do profissional de marketing em uma empresa de crescimento, características esperadas de um mercadólogo em ambiente digital; equipes de marketing digital						
Growth x Branding						
Fundamentos do marketing digital, diferenças no uso dos canais digitais em relação à abordagens offline;						
Classificação de canais digitais entre ativos e inertes;						
Apresentação do FacebookAds, seus usos, práticas e limitações;						

Apresentação do GoogleAds, seus usos, práticas e recomendações;

Data-driven marketing: Introdução às ferramentas de análise de marketing digital com foco em Google Analytics e Google Trends

CRO and Growth Hacking: a necessidade e capacidade de testar táticas e estratégias

Estatística aplicada ao marketing digital;

Ferramentas para uso de canais digitais em pesquisa de mercado; Ferramentas para uso de canais digitais para desenvolvimento de produtos;

Tendências de mercado e futuro do marketing digital.

## BIBLIOGRAFIA

### **BÁSICA:**

Administração de Marketing; Philip KOTLER. Editora Atlas, SP, 2000.

Princípios de Marketing; Philip KOTLER e Gary ARMSTRONG. Prentice Hall do Brasil, SP, 2000.

Estratégia Competitiva; Michael PORTER. Editora Campus, RJ,1986.

How Brands Grow: What Marketers Don't Know; Byron SHARP e Richard Ed. SHARP. Editora OXFORD, USA,2010.

How Brands Grow: Part 2: Emerging Markets, Services, Durables, New and Luxury Brands; Byron SHARP e Jenni Romaniuk. Editora OUP, Austrália,2015.

Marketing: Theory, Evidence, Practice 2<sup>nd</sup> Ed; Byron SHARP. Editora OUP, Austrália, 2017.

The Long and the Short of it: Balancing Short and Long-Term Marketing Strategies; Les BINET e Peter Field, IPA, 2013.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Entender, conhecer e distinguir o processo de evolução do conceito de trabalho, observando cenários globais e locais, além de suas consequências na atração e retenção de talentos, bem como na gestão do seu desempenho. Conhecer as novas tendências práticas da área de gestão com pessoas, e correlacioná-las com cada realidade, para uma melhor implementação de estratégias organizacionais no que se refere ao desenvolvimento humano no ambiente de trabalho. Despertar o empreendedor para o valor econômico da gestão integrada de ativos intangíveis (valores, soft skills, compromisso, confiança) e dar ferramentas para a compreensão e aplicação deste modelo. Produzir instrumentos que estimulem as práticas de captação e aquisição de talentos, gestão e acompanhamento de performance, estruturação do sistema de recompensas e gestão do conhecimento atualizadas e adaptadas a cada modelo de negócio. Estimulando assim, iniciativas empreendedoras, com princípios éticos e respeitando a diversidade.</p>						
METODOLOGIA						
<p>O modelo pedagógico utilizado será o da aprendizagem experiencial, que busca entender como as pessoas percebem e processam a informação. Para tanto, identificam-se as diferentes formas de absorção e experimentação do aprendizado para cada pessoa. O princípio segue a seguinte ordem: Informar - Conceituar - Experimentar – Engajar.</p> <p>A interação entre o "sentimento" da experiência e do "pensamento" é crucial para o processo de aprendizagem. A disciplina será essencialmente vivencial, implicando os sujeitos na construção do conhecimento por meio de ludicidade com dinâmicas, jogos experienciais e cases. Também, a metodologia Lego® Serious Play® que possibilita explorar a solução de problemas complexos e a criatividade dos participantes.</p>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						

### **Módulo 01 – Futuro do Trabalho no mundo e no Brasil – Da Hipermodernidade ao fim do Emprego.**

Neste módulo, faremos uma visita a evolução do conceito e os desdobramentos socioculturais do trabalho no último século, visitando desde a revolução dos Luditas, na Inglaterra, ao conceito e estruturação das Startup's contemporâneas. Faremos um recorte sócio econômico para falar sobre estes impactos na realidade brasileira.

Tópicos:

- 1 – Dos Luditas à Indústria 4.0
- 2 – A hipermodernidade – Expectativas e decepções.
- 3 – Futuro do trabalho - Fim dos empregos e novas formas de trabalho.
- 4 – Projetos de vida e sentido social do trabalho.
- 5 – Brasil: Maturidade, indústria e cenário.

### **Módulo 02 – Gestão de Ativos Intangíveis – Marca – Ambiente – Cultura**

Este módulo irá tratar especificamente da construção e da importância da confiança e das habilidades relacionais e emocionais - ativos intangíveis e economicamente rentáveis das organizações. Construção de reputação e reciprocidade como elementos chave para atração, retenção e motivação dos talentos, como o também o impacto destes fatores na marca, no ambiente e na cultura.

Tópicos:

- 1 – Confiança como fator econômico.
- 2 – Visão social do empreendedor ao líder.
- 3 – Fim das certezas: Intolerância às contradições institucionais.
- 4 – Variáveis intangíveis físicas, culturais e institucionais.
- 5 – Criação de Cultura.

### **Módulo 03 – Compensação e trilha de Carreira.**

Neste módulo os participantes serão provocados a refletir sobre a estratégia de remuneração, pensando na perspectiva financeira, e também para além dela. Serão estimulados a considerar o alinhamento da compensação à estratégia organizacional e serão provocados a definir quais são os componentes essenciais da remuneração que devem equilibrar a relação.

Tópicos:

- 1 - O que é " Total Compensation";
- 2 – Atrair, reter e engajar - As trilhas de carreira e a remuneração.
- 3 – A remuneração para diferentes gerações e diferentes grupos sociais.
- 4 – Engajamento e Motivação - Os corações e as mentes.
- 5 – A função do ambiente e os novos ambientes.
- 6 - Qual a melhor estratégia para meu negócio?

### **Módulo 04 – Aquisição de Talentos – Gerações e Diversidade**

Neste módulo iremos discutir e trabalhar as técnicas e ferramentas mais atuais de aquisição de talentos para as organizações. Abordaremos a importância do planejamento da força de trabalho e faremos um design das principais tarefas para seleção de pessoas.

Tópicos:

- 1 - Estratégia e planejamento da força de trabalho. (Estrutura, cargos, funções)



- 2 – Design e estrutura do processo de seleção.
- 3 – Principais ferramentas atuais. ( Redes, apps, People analytics)
- 4 – Gerações e diversidade em aquisição de talentos.
- 5 – Construção de dinâmicas e condução de entrevistas.

#### **Módulo 05 – Gestão do Conhecimento – Educação pelo trabalho e para o trabalho.**

Neste módulo os participantes serão provocados a entender como as mudanças que ocorrem na sociedade e a constante necessidade de reinvenção das organizações interferem nos mecanismos e ferramentas de aprendizagem organizacional.

Tópicos:

- 1 – T&D como estratégia e sobrevivência.
- 2 - Da ambientação às competências especializadas.
- 3 - Métodos, pedagogias e ferramentas de aprendizagem organizacional.
- 5 – Avaliação e Gestão de treinamentos.
- 6 – Ferramentas de Coach para empreendedores.

#### **Módulo 06 – Performance – da “Curva de Vitalidade” para a velocidade.**

Compreender a importância da Gestão do Desempenho para as práticas de Gestão de Pessoas nas organizações; Conhecer os métodos de Avaliação de Desempenho, como também seus limites e possibilidades; Diferenciar os diversos modelos de Avaliação de Desempenho; Discutir limites e possibilidades de cada um dos modelos.

- 1 – Porquê mapear desempenho?
- 2 – Evolução dos modelos de gestão de performance.
- 3 – Construção de PDI’s ( Planos de desenvolvimento Individual)

#### **Módulo 07 – Lidando com Adversidades. – Resiliência para empreendedores.**

Neste módulo vamos trabalhar resiliência de maneira prática utilizando o conceito da teoria da adversidade de Paul G. Stoltz.

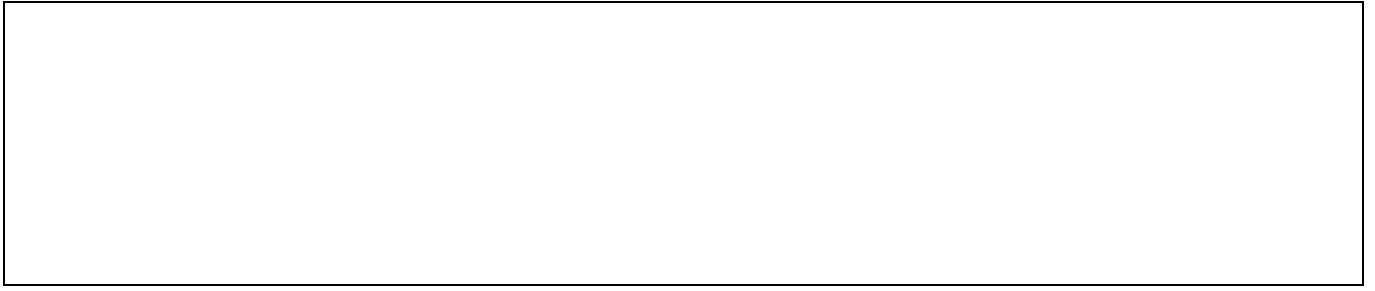
Tópicos:

- 1 – Resiliência e o pensamento estoico para reagir as adversidades.
- 2 – As vantagens da adversidade. Q.A (Quociente de Adversidade).
- 3 – Medindo e reagindo às adversidades.

#### **BIBLIOGRAFIA**

## **BÁSICA:**

- ADAMS, Lucy. **HR Disrupted**: It's time for something diferente. Oxford, Practical Inspiration, 2017
- ARAUJO, Luis César G.; GARCIA, Adriana Amadeu de. **Gestão de pessoas**: estratégias e integração organizacional: edição compacta. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- ARGYRIS, Chris. **Personalidade e Organização**. Rio de Janeiro: Renes, 1969.
- BOHLANDER, George W; SNELL, Scott A... **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Cengage, 2015.
- CHIAVENATO, Idalberto **Gestão de Pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Editora Campus S.A , 1999.
- DUTRA, Joel Souza. **Gestão de pessoas**: modelo, processos, tendências e perspectivas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- FRIEDMAN , Steward D.. **Liderança Total Como obter sucesso profissional enriquecendo sua qualidade de vida**. São Paulo: M. Books 2011.
- KNOOP, Hans Henrik. **Play, Learning and Creativity**. Copenhagen: Aschehoug, 2002.
- KOTTER, John P.. **Liderando Mudanças**: transformando empresas com a força das emoções. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- KOTTER, John P.. **O Coração da mudança**: transformando empresas com a força das emoções. Rio de Janeiro; Alta Books, 2017.
- KRISTIANSEN, Per.; RASMUSSEN, Robert. **Construindo um negócio melhor com a utilização do método Lego® Serious Play®**. São Paulo: DVS, 2015
- LEFRANÇOIS, Guy R.. **Teorias da Aprendizagem: o que o professor disse**. São Paulo: Cenage Learning, 2017
- LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade da decepção/ Entrevista coordenada por Bertrand Richard**. São Paulo: Manole, 2007
- LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MAZZAROL, Tim.; REBOUD, Sophie **The Realities of Staffing Small Businesses: HR, Teams and Leadership**. London: Black Knight Books, 2019.
- MORGAN, Jacob . **The future of work**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2014
- RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos: O declínio inevitável dos níveis dos empregos e a redução força global de trabalho**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- SALE, Kirkpatrick. **Inimigos do futuro: A guerra dos Ludistas contra a revolução industrial e o desemprego: lições para o presente**. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- STOLTZ, Paul Gordon.; WEIHENMAYER, Erik. **As Vantagens da Adversidade - Como transformar as batalhas do dia-a-dia em crescimento pessoal**. São Paulo: WMF Martins Fontes 2008.
- SUSSKIND, Richard.; SUSSKIND, Daniel. **The Future of the Professions: How Technology Will Transform the Work of Human Experts**. Oxford: OUP Oxford, 2017.
- ZANINI, Marco Tulio. **Confiança: o principal ativo intangível de uma empresa: pessoas, motivação e construção de valor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- ZANINI, Marco Tulio. **Gestão integrada de ativos intangíveis**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.



DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: GESTÃO DE PROJETOS				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Compreensão do processo de gestão de projetos, e aplicação de estratégias e ferramentas úteis na gestão de atividades organizacionais não-repetitivas. Bases de gestão de projetos. O uso de ferramentas de apoio à gestão de projetos. Técnicas de acompanhamento dos controles de projeto. Estudo das metodologias relacionadas à gestão de projetos e suas aplicações através de simulações, exercícios experienciais e trabalho de campo.</p>						
METODOLOGIA						
<p>a) leitura dos textos indicados para cada aula conforme cronograma.</p> <p>b) discussão de casos, também a serem aferidos em aula;</p> <p>c) apresentação de seminários, conforme as datas estabelecidas no cronograma de atividade didática.</p> <p>O curso será conduzido mediante a discussão, no primeiro dia de aula, da programação didática. Destaca-se a importância da participação através de leituras complementares e da participação em trabalhos em grupo. Alguns conteúdos poderão ser mediados pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem (<i>Moodle</i>).</p>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p>Modelagens de intervenção; tipos de projetos; abordagens em gestão de projetos; estratégias de Gestão de Portfolio; Planejamento e Administração de projetos; Ciclo de Vida de projetos; Ferramentas de gestão; Organizações em projetos: CANVAS, SCRUM, AGILE, PMI, ISO 21500:2012, ISO 31000:2009.</p>						
BIBLIOGRAFIA						
<p><b>BÁSICA:</b></p> <p>GIDO, J., CLEMENTS, J. <b>Gestão de Projetos</b>. São Paulo: Thomson Learning, 2014.</p> <p>MAXIMIANO, A. <b>Administração de Projetos</b>. São Paulo: Atlas, 2014.</p> <p>RABECHINI JR, R., CARVALHO, M. <b>Gerenciamento de Projetos na Prática: Casos Brasileiros</b>. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p><b>COMPLEMENTAR:</b></p>						

DINSMORE, P. C. **Como se Tornar um Profissional em Gerenciamento de Projetos**. São Paulo: Qualitymark, 2003.

KEELLING, R. **Gestão de Projetos: uma abordagem Geral**. São Paulo, Saraiva, 2002.

KERZNER, H. **Gerenciamento de Projetos: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle**. São Paulo: Blucher, 2011.

THIRY-CHERQUES, H.R. **Modelagem de Projetos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VALERIANO, D. **Moderno Gerenciamento de Projetos**. São Paulo: Pearson, 2005.

VARGAS, R. V. **Gerenciamento de Projetos: estabelecendo diferenciais competitivos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2003.

VARGAS, R. V. **Manual Prático de Plano de Projeto**. Rio de Janeiro: Brasport, 2003.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:	NOME: ORGANIZAÇÕES, GESTÃO DE PROCESSOS E QUALIDADE					
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			17			
EMENTA/OBJETIVOS						
Organizações e estruturas organizacionais. Gestão da qualidade. Gestão por processos. Ao final do curso o (a) aluno (a) deverá ser capaz de compreender o papel da gestão de processos nas organizações, bem como os principais conceitos a ela associados. Além disso, deverá dominar técnicas diversas de estruturação organizacional e dos processos de trabalho.						
METODOLOGIA						
As aulas serão ministradas por meio de exposições (nas quais a participação do aluno é esperada), discussão de textos, estudos de caso, vídeos, e atividades práticas.						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p><b>Organizações e estruturas organizacionais:</b> discussão sobre o conceito de organizações; tipos de estrutura organizacional e sua representação na forma de organogramas.</p> <p><b>Gestão da qualidade:</b> histórico da gestão da qualidade; conceitos básicos de gestão da qualidade; ferramentas, métodos e metodologias essenciais da qualidade; normas ISO 9000.</p> <p><b>Gestão por processos – conceitos e técnicas de análise e gestão:</b> conceituação de processos e da gestão por processos; mapeamento de processos (conceitos, notações e <i>software</i>); organização e distribuição do trabalho; layout e processos de trabalho.</p>						
BIBLIOGRAFIA						
<p><b>BÁSICA:</b></p> <p>CARREIRA, Dorival. <b>Organização, sistemas e métodos: ferramentas para racionalizar as rotinas de trabalho e a estrutura organizacional da empresa.</b> 2. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Saraiva, 2010. xviii, 366 p. ISBN 9788502090255</p> <p>CURY, Antonio. <b>Organização e métodos: uma visão holística.</b> 7. ed., rev. e ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2000. 589 p. ISBN 852242639</p> <p>MARSHALL JÚNIOR, Isnard (et al). <b>Gestão da Qualidade e Processos.</b> Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.</p> <p>PAIM, Rafael. <b>Gestão de processos: pensar, agir e aprender.</b> Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 327p. ISBN</p>						

9788577804849.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: OFICINAS DE GESTÃO E EMPREENDEDORISMO I				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			17			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Compreensão das novas arquiteturas em rede na sociedade e no mercado. Cadeia de Valor e Arranjos Produtivos Locais. Sistemas de Inovação: Nacional e Local. Inovação Aberta. Ecossistemas de Inovação. Hubs e Parques Tecnológicos. Relação Governo- Universidade-Indústria. Visa também compreender e aplicar a abordagem de planejamento e administração de negócios Lean Startup. Pitch. MVP. Compreender e aplicar a abordagem de gerenciamento de projetos - métodos ágeis e Scrum. Desenvolver redes colaborativas abordando as seguintes práticas e espaços: comunidades de aprendizagem e desenvolvimento territorial; Hub Salvador, Parque Tecnológico da Bahia, incubadoras, aceleradoras, coworkings e fab labs.</p>						
METODOLOGIA						
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Sala de aula invertida</i>: os conteúdos desta disciplina serão assimilados fora do seu horário de encontro. Os encontros serão mediados por dinâmicas de mentoria; interação com empreendedores; utilização de ferramentas digitais para planejamento da startup, utilização de ferramentas digitais para o gerenciamento de projetos, visitas técnicas, monitoramento de projetos, sessões de feedback.</li> <li>● <i>Aprendizagem baseada em projetos</i>: a modelagem da empresa / startup será desenvolvida em paralelo ao estabelecimento de desafios às equipes das empresas; os desafios serão geridos como projetos, em seus respectivos grupos, utilizando ferramentas digitais.</li> <li>● <i>Aprendizagem gamificada</i>: cada membro deverá cumprir 3 ciclos de pontuação (12 pontos cada) referentes às passagens entre as fases 1 e 4. Cada ciclo contempla 3 pontos em cada um dos indicadores: <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> metas de desenvolvimento da empresa;</li> <li><input type="checkbox"/> metas de uma área de gestão escolhida;</li> <li><input type="checkbox"/> metas de projeto;</li> <li><input type="checkbox"/> metas de habilidades e competências.</li> </ul> </li> </ul>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trílice Hélice</li> <li>2. Lean Startup</li> <li>3. Métodos Ágeis e Scrum</li> <li>4. Sistemas de Inovação</li> </ol>						



5. Cadeia de Valor e Arranjos Produtivos Locais.
6. Inovação aberta
7. Lei de Inovação – novo Marco Regulatório em CT&I (federal e estadual)

## BIBLIOGRAFIA

### **BÁSICA:**

GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO, **Projeto de Lei de Startups**, 2018

ADVOCACIA GERAL DA UNIÃO, **Novo Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação**, LEI No 13.243/2016

OVANESSOFF, Armen; PLASTINO, Eduardo e FALEIRO, Flaviano; **Por que o Brasil precisa aprender a confiar na inovação colaborativa**, 2015

RIES, Eric; **The Lean Startup**, 2011

SCHWABER, Ken e SUTHERLAND, Jeff; **Guia do Scrum - um guia definitivo do Scrum: as regras do jogo**, 2017

MUNAKATA, Sérgio. **Proposta de aplicação de inovação colaborativa em uma empresa multinacional do setor de consumo**, 2013

SANTOS, Adriana B. A. dos; FAZION, Cíntia B.; e MEROE, Giuliano P. S de. **Inovação: um estudo sobre a evolução do conceito de Schumpeter**, 2016

FUINI, Lucas Labigalini; **A governança territorial e suas manifestações: arranjos produtivos locais (apls) e circuitos turísticos**, 2011

ALBUQUERQUE, Synthia Barbosa de; **Sistema de inovação baseado em conhecimento e o modelo tríplice hélice: a universidade na construção da vantagem competitiva do setor de tecnologia da informação de Pernambuco**, 2005

AUDY, Jorge Luis Nicolas; **Em busca de um modelo de gestão de parque tecnológico**, 2010

SILVA, Fabio Q. B. da; SUASSUNA, Marcos; MACIEL, Sheyla de Moraes; **Um Modelo de Desenvolvimento Local Baseado em Inovação e o Papel dos Parques Tecnológicos na sua Implantação**, 2012

RANGAA, Marina e ETZKOWITZ, Henry; **Triple Helix Systems: An Analytical Framework for Innovation Policy and Practice in the Knowledge Society**, 2012

DISCIPLINA						
CÓDIGO:	NOME: OFICINA DE GESTÃO E EMPREENDEDORISMO II					
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			17			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>A disciplina busca desenvolver e aplicar competências práticas em empreendedorismo e gestão para os alunos, bem como disseminar ferramentas de gestão aplicadas ao negócio/projeto do aluno e fortalecer a compreensão de tendências empreendedoras/do mundo dos negócios no mercado local, nacional e global.</p> <p>Este trabalho será feito de forma leve, prática e objetiva, trazendo <i>insights e feedbacks</i>, casos de sucesso e muito troca entre os alunos, professor e convidados.</p> <p>Uma das entregas será a real conexão dos alunos com especialistas práticos e cases da Bahia, Brasil e mundo, através de temas relevantes, visitas técnicas e <i>benchmarking</i>.</p>						
METODOLOGIA						
<p>As aulas serão ministradas através de apresentações expositivas com estímulo a participação do grupo através de debates e tarefas práticas, através do método aprender fazendo, e com participação de empreendedores especialistas e de cases reais baianos, brasileiros e internacionais. Serão feitas visitas técnicas para acompanhar casos práticos e trabalhos em grupo dos alunos com apresentação e relatórios sumarizados. A avaliação será feita através de participação, engajamento e grau de contribuição para o grupo.</p>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p>Conteúdo distribuído em 8 módulos de 3h através da sequência abaixo distribuída, com exceção das 2 últimas que podem ser encaixadas em qualquer momento do curso:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Validação de mercado</li> <li>2. Gestão de Resultados: Modelo OKR's</li> <li>3. Negociação e Vendas</li> <li>4. Desenvolvendo Parceiras Estratégicas</li> <li>5. Elaboração de Pitch</li> <li>6. Captação de Recursos para Capital Empreendedor</li> <li>7. Cases de negócios de alto potencial</li> <li>8. Visitas Técnicas a empresas e ambientes inovadores</li> <li>9. Fuckup Nights</li> </ol>						
BIBLIOGRAFIA						

**BÁSICA:**

**SMART MONEY:** A arte de atrair investidores e dinheiro inteligente para seu negócio, João Kepler

**Receita Previsível:** Como implantar a metodologia revolucionária de vendas outbound que pode triplicar os resultados da sua empresa, Aaron Ross

**Business Model Generation:** Inovação em Modelos de Negócios, Alex Osterwalder e Yves Pigneur

**Organizações Exponenciais;** Ismail Salim

**Alliance Advantage:** The Art of Creating Value Through Partnering; Yves Doz & Gary Hamel

**Objectives and Key Results:** Driving Focus, Alignment, and Engagement with OKRs; Paul R. Niven, Ben Lamorte

**The Lean Startup:** How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses by Eric Ries, 2011.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: DIREITO NOS NEGÓCIOS				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Conceitos jurídicos fundamentais de direito civil, empresarial e direito tributário. Visa desenvolver competências como: (i). Compreensão teórica e prática dos conceitos jurídicos fundamentais às atividades empresarial; (ii) Análise crítica dos conflitos que podem surgir do desenvolvimento de atividades empresariais; (iii) Capacidade de identificar em que aspectos o Direito pode contribuir para os resultados da atividade empresarial; (iv) Capacidade de aplicar os conceitos jurídicos de forma interdisciplinar nos negócios; (v) Capacidade de identificar problemas ou aspectos relevantes de um negócio jurídico e apresentar soluções aptas a estruturar os interesses da empresa. (engenharia jurídico-negocial).</p>						
METODOLOGIA						
<p>O conteúdo teórico será apresentado a partir de casos concretos que permitam aos alunos compreender sua relevância e aplicação prática. Os alunos terão que formular estratégias jurídicas de negócios e se envolverem em todas as etapas de sua implementação utilizando-se de conceitos de direito societário, tributário, econômico para elaborarem os contratos jurídicos necessários ao desenvolvimento do seu negócio, por exemplo, contrato de constituição de sociedade, contratos com fornecedores e clientes.</p>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<ol style="list-style-type: none"> <li>Os sujeitos de Direito Empresarial e do Mercado: empresários individuais, sociedades empresariais e consumidores;</li> <li>Aspectos jurídicos com consumidores/contratantes e contratados;</li> <li>Contratos Empresariais, caracterizando os seus principais aspetos;</li> <li>Concorrência e Propriedade Industrial (em especial marcas e patentes);</li> <li>Aspectos Tributários do negócio jurídico;</li> <li>Intervenção do Estado na Economia incluindo registo, supervisão, regulação, foro, setor público empresarial (empresas públicas e locais) e PPP.</li> </ol>						
BIBLIOGRAFIA						
<p><b>BÁSICA:</b>            CRISTIANO, Romano. Empresa é risco: como interpretar a nova definição. São Paulo: Malheiros, 2007. 318 p.            MAMEDE, Gladston. Empresas e atuação empresarial. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2011. 391p.</p>						

RIZZARDO, A. Direito de Empresa. 4.ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2012.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
34			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>A disciplina possui o objetivo de apresentar os gastos (custos, despesas, investimentos) e a sua articulação com a administração, contemplando aspectos de registro e de tomada de decisão. Sua ementa envolve: terminologia dos gastos, custos para registro, custos para decisão, componentes de custos, tributos e formação do preço de vendas.</p>						
METODOLOGIA						
<p>Aulas conceituais, seguidas da resolução de exercícios e atividades práticas e aplicadas.</p>						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terminologia dos gastos e os conceitos de custos, despesas e investimentos</li> <li>2. Custos para registro e os aspectos normativos contábeis para o tratamento da informação sobre custos</li> <li>3. Custos para decisão e as classificações fixos versus variáveis, diretos versus indiretos</li> <li>4. Componentes de custos</li> <li>5. Materiais diretos</li> <li>6. Mão-de-obra direta</li> <li>7. Outros custos diretos</li> <li>8. Custos indiretos e rateios</li> <li>9. Tributos</li> <li>10. Formação do preço de vendas.</li> </ol>						
BIBLIOGRAFIA						

**BÁSICA:**

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de custos e formação de preços. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HANSEN, Don R.; MOWEN, Maryanne M. Gestão de custos, contabilidade e controle. São Paulo: Thomson Pioneira, 2001.

ASSEF, Roberto. Guia prático de formação de preços. 4 ed. São Paulo: Campus, 2013.

DATAR, Srikant M.; RAJAN, Madhav V. Horngren's Cost Accounting: A Managerial Emphasis. 16 ed. Essex (Inglaterra): Pearson, 2018.

**COMPLEMENTAR:**

BRUNI, Adriano Leal. Administração de custos, preços e lucros. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HORNGREN, Charles T. Contabilidade de custos. 9 ed. São Paulo, LTC, 2000.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: FINANÇAS DE CURTO PRAZO				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>A disciplina possui o objetivo de apresentar as decisões financeiras de curto prazo e a sua relação com as informações extraídas das demonstrações contábeis. Sua ementa envolve: demonstrações contábeis (balanço, demonstração de resultado e de fluxo de caixa), ajuste de demonstrações para a análise, análise vertical e horizontal, análise de indicadores e índices, análise de liquidez, endividamento, lucratividade, prazos e giros, rentabilidade (introdução à análise conjunta de risco e retorno).</p>						
METODOLOGIA						
Aulas conceituais, seguidas da resolução de exercícios e atividades práticas e aplicadas.						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p>Demonstrações contábeis (BP, DRE e DFC).  Ajuste de demonstrações para a análise.  Análise vertical.  Análise horizontal  Introdução à análise de indicadores e índices.  Análise da liquidez.  Análise do endividamento.  Análise da lucratividade.  Análise de prazos e giros.  Análise da rentabilidade e das relações entre risco e retorno.</p>						
BIBLIOGRAFIA						
<p><b>BÁSICA:</b>  BRUNI, Adriano Leal. A Análise Contábil e Financeira. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2014.  GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 12 ed. São Paulo: Addison Wesley, 2010.  MARION, José Carlos. Análise das demonstrações contábeis: Contabilidade Empresarial. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2014.</p>						



BERK, Jonathan ; DEMARZO, Peter. Corporate Finance . 4 ed. Essex (Inglaterra): Pearson, 2017..

**COMPLEMENTAR:**

BERK, Jonathan; DEMARZO, Peter. Finanças empresariais. Porto Alegre: Bookman, 2008.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:		NOME: FINANÇAS DE LONGO PRAZO				
Carga Horária				Crédito	Assinatura do Chefe do Departamento	Ano
T	P	E	Total			
			34			
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Introdução ao Orçamento de Capital, Fluxo de Caixa Relevante, Técnicas de Avaliação Clássicas (TIR, VPL e Payback), Custo Médio Ponderado de Capital, Alavancagem Financeira, Análise de Risco em Orçamento de Capital, Opções Reais, Project Finance. A disciplina busca desenvolver nos alunos habilidade para definir os benefícios de caráter ambiental, econômico, tecnológico, social e científico dos seus projetos de pesquisa. Capacitar os alunos do PEI em propor projetos de pesquisa a instituições e empresas.</p>						
METODOLOGIA						
Aula dialogada, exercícios em sala e estudo de caso.						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p><b>Introdução ao Orçamento de Capital:</b> apresentação de conceitos como fluxo de caixa, valor presente, valor futuro, taxas de juros</p> <p><b>Fluxo de Caixa Relevante:</b> A construção de receitas, despesas, incertezas de quantidades e preços, a demonstração de exercício simplificada para a construção de um fluxo de caixa de um projeto</p> <p><b>Técnicas de Avaliação Clássicas de projeto:</b> TIR, VPL e Payback; análise de sensibilidade e análise de cenários</p> <p><b>Custo Médio Ponderado de Capital:</b> o Capital Asset Pricing Model, risco de crédito e custo de capital de terceiros</p> <p><b>Alavancagem Financeira:</b> a viabilização de investimentos de longo prazo via capital de terceiros e os limites do endividamento de longo prazo</p> <p><b>Introdução a Opções Reais:</b> o modelo de Black and Scholes, o modelo binomial e a opção de adiamento, expansão e gastos com P&amp;D</p>						

**Project Finance:** introdução a conceitos de finanças estruturadas

## BIBLIOGRAFIA

### **BÁSICA:**

ROSS, S., WESTERFIELD, R. e JAFFE, J. *Administração Financeira*, editora Atlas

GITMAN, L. **Princípios de Administração Financeira**, editora Pearson. Notas de Aula do Professor

### **COMPLEMENTAR:**

GALESNE, A., FENSTERSEIFER, J. e LAMB, R. **Decisões de Investimentos da Empresa**, editora Atlas, 1999.

CASAROTTO, N. e KOPITKE, B. *Análise de Investimentos*. Editora Atlas, 2000.

DISCIPLINA						
CÓDIGO:	NOME: CONCEITUAÇÃO E ELABORAÇÃO DE PLANO DE NEGÓCIO					
Carga Horária				Crédito	Carga Horária	Crédito
T	P	T	P	T	P	T
EMENTA/OBJETIVOS						
<p>Criar um Plano de Negócios com as tendências de Mercado. Da informalidade ao próprio negócio. Projeto do Negócio e Produto, Planejamento Estratégico. Estruturação do Plano de Negócios. Necessidade do Plano de negócios. Fundamentação do Plano de negócios. Projeto Conceptual. Construção do Plano de negócios: Ambientes, Demanda, oferta, sistema de valor análise das atividades da indústria e da concorrência. Macroambiente e Microambiente. Concepção do negócio: definição, visão, missão e valores. Estratégias competitivas e mercadológicas.</p>						
METODOLOGIA						
Aula dialogada e exercícios em sala e no moodle.						
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO						
<p><b>Modelo de Negócios</b></p> <p>Percepção do modelo de negócios: 1) Identificação de oportunidade; 2) Definição de problema; 3) Definição do segmento de clientes; 4) Definição da proposta de valor.</p> <p><b>Plano de Negócios</b></p> <p>Plano de Negócios: Introdução e motivos.</p> <p>Elaboração de um plano de negócios</p> <p>Estrutura de um plano de negócios</p> <p>Apresentação dos Planos de Negócio</p>						
BIBLIOGRAFIA						

**BÁSICA:**

BERNARDI, Luiz A. **Manual de planos de negócios: Fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2008.**

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor.** São Paulo: Atlas, 2009

ODTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation.** Rio de Janeiro, Rj: Alta Books, 2011.

SALIM, César Simões et al. **construindo plano de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso.** 2 ed. São Paulo: Campus. 2002.

SEBRAE. **Disciplina de Empreendedorismo.** Brasília, DF: Sebrae, 2016.

**COMPLEMENTAR:**

BATEMAN, T. S. **Administração: Novo cenário competitivo.** São Paulo: Atlas, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor.** – 2. ed. - São Paulo: Saraiva, 2005.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** São Paulo: Cultura, 1999.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor: Entrepreneurship.** São Paulo: Elsevier, 2003.

TACHIZAWA, Takeshy, FARIA, Marília de Sant`Anna. **Criação de novos negócios: Gestão de micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro: FGV, 2002.