



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS ARARANGUÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS, TECNOLOGIAS E SAÚDE
COORDENADORIA ESPECIAL INTERDISCIPLINAR DE TECNOLOGIAS DA
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE ENSINO

I. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	Nº DE HORAS-AULA SEMANAIS:		TOTAL DE HORAS-AULA SEMESTRAIS	MODALIDADE
		TEÓRICAS	PRÁTICAS		
CIT7226	PLANO DE NEGÓCIOS	4		72	Semipresencial

II. PRÉ-REQUISITO(S)

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA
CIT7204	INTRODUÇÃO A ADMINISTRAÇÃO

III. CURSO(S) PARA O(S) QUAL(IS) A DISCIPLINA É OFERECIDA

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

IV. EMENTA

Conceito de Plano de Negócios. Benefícios. Aplicações. Estrutura. Sumário executivo. Descrição da empresa e características do empreendimento. Funções fundamentais do negócio. Planejamento estratégico. Análise do mercado e fatores de competitividade. Produtos e serviços. Estratégias competitivas. Marketing. Gestão e estrutura organizacional. Plano operacional. Plano financeiro de custeio e de investimentos. Fontes de financiamento.

V. OBJETIVOS

Objetivo Geral:

- Capacitar o aluno para conhecer as diversas abordagens e perspectivas acerca da necessidade, aplicação e utilidade e benefícios da elaboração de um Plano de Negócios a partir da apreensão dos conceitos e fundamentos básicos de caracterização da empresa e do empreendimento, assim como de uma análise estratégica do mercado, das fontes de financiamento e dos fatores de competitividade.

Objetivos Específicos:

- Desenvolver uma visão ampla da aplicação e benefícios da elaboração de um Plano de Negócios, do seu processo de caracterização da empresa, do empreendimento, estratégia e financiamento;
- Identificar um corpo de conhecimentos sistematizados, de modo a desenvolver uma compreensão crítica da elaboração de um Plano de Negócios, sua utilidade, seu significado para a empresa e para o aprendizado das demais disciplinas, além de sua importância no cotidiano da administração nas organizações;
- Conhecer a evolução estratégica do mercado e das fontes de financiamento e, à luz dos enfoques, ter a capacidade de diferenciar e identificar as diversas correntes e a importância de cada uma, compreendendo e distinguindo os fatores de competitividade.

VI. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE 01: Apresentação de Plano de Ensino e Planos de Aulas

UNIDADE 02: Introdução.

UNIDADE 03: Conceitos e Benefícios dos Planos de Negócios. Aplicações dos Planos de Negócios.

UNIDADE 04: Estrutura e Sumário Executivo do Plano de Negócios. Elaborando um Plano de Negócios.

UNIDADE 05: Descrição da empresa e características do empreendimento.

UNIDADE 06: Funções fundamentais do negócio.

UNIDADE 07: Planejamento estratégico.
UNIDADE 08: Revisão do conteúdo e sua aplicação na 1ª Avaliação.
UNIDADE 09: Análise do mercado e fatores de competitividade.
UNIDADE 10: Produtos e serviços. Exercícios em classe.
UNIDADE 11: Estratégias competitivas.
UNIDADE 12: Marketing.
UNIDADE 13: Gestão e estrutura organizacional.
UNIDADE 14: Plano operacional.
UNIDADE 15: Plano financeiro de custeio e de investimentos.
UNIDADE 16: Fontes de financiamento. Revisão do conteúdo. Exercícios em classe.
UNIDADE 17: Apresentações e entrega dos trabalhos.
UNIDADE 18: Apresentações e entrega dos trabalhos e das notas.

VII. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BIZOTTO, Carlos Eduardo Negrão - **Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores**. São Paulo: Atlas 2008.
DORNELAS, Jose Carlos Assis – **Plano de Negócios: O Seu Guia Definitivo** - Editora: Elsevier – Campus – 2011.
SAMPAIO, C. H. **Planejamento Estratégico para Pequenas Empresas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2004.

VIII. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MATTOS, João Roberto Loureiro de; GUIMARÃES, Leonam dos Santos. **Gestão da Tecnologia e Inovação. Uma Abordagem Prática**. São Paulo: Saraiva, 2005.
RUY M.; ALLIPRANDINI, D.H. **Aprendizagem Organizacional no Processo de Desenvolvimento de Produtos - Uma Revisão da Bibliografia**. 2º Congresso Brasileiro de Gestão do Desenvolvimento de Produtos. São Carlos, agosto, 2000.
SBRAGIA, Roberto (Coord.), ANDREASSI, Milton de Abreu Campanário Tales. **Inovação: Como vencer esse desafio empresarial**. São Paulo: Clio, 2006.
DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
BORDEAUX-REGO, R.; PAULO, G.P.; SPRITZER I.M.; ZOTES, L.P. **Viabilidade Econômico-Financeira de Projetos**. Rio de Janeiro: FGV, 2012

Os livros acima citados encontram-se na Biblioteca Central e na Biblioteca Setorial de Araranguá (www.bu.ufsc.br).

O referido programa de ensino foi aprovado na 26ª reunião ordinária do Colegiado da Coordenadoria Especial Interdisciplinar em Tecnologias da Informação e Comunicação em 30 de abril de 2019.