

**MANUAL DE NORMAS E PROCEDIMENTOS  
DO TRABALHO INTERDISCIPLINAR  
1º AO 8º PERÍODO**



**EMPREENDEDORISMO E GESTÃO**

**FACULDADE PEDRO II  
DE BELO HORIZONTE**





*“Determinação, coragem e autoconfiança são fatores decisivos para o sucesso. Não importa quais sejam os obstáculos e as dificuldades. Se estivermos possuídos de uma inabalável determinação, conseguiremos superá-los.”*

*Dalai Lama*

## APRESENTAÇÃO

Depois de muito se falar na era do conhecimento, a qual colocava o conhecimento como atributo único e indispensável ao profissional que quisesse fazer parte do batalhão de elite do mercado de trabalho, surge hoje uma nova era: a era da competência, na qual o conhecimento deixa de ser atributo único, e mesmo que continue sendo indispensável, passa a compartilhar com outros atributos a formação do profissional exigido pelo mercado.

Hoje sabemos que o que interessa ao mercado é algo conhecido como desempenho global, ou seja, além do conhecimento é preciso que o profissional tenha desenvolvidas determinadas habilidades e competências que lhe permitam obter um bom desempenho na sua atividade, seja como colaborador em alguma empresa, seja no comando de seu próprio negócio.

O que se pode perceber é que o profissional adequado ao mercado de trabalho desse início de século passa a ser um agente de mudança e, para isso, é necessário que tenha elevada capacidade de perceber os contextos nos quais está inserido (social, econômico e empresarial), que aja com responsabilidade dentro desses contextos, que tenha capacidade de liderança, saiba trabalhar em equipe, e que tenha o senso crítico e a disciplina como balizadores de suas atitudes.

Nunca se valorizou tanto em um profissional, atributos como a curiosidade, a criatividade, a iniciativa e a visão sistêmica. Nunca se deu tanta importância às capacidades de relacionamento interpessoal e de compartilhamento de conhecimento e informação. Tudo isso justificado, evidentemente, pelo cenário de mudanças intensas e contínuas em que vivemos.

O grande desafio das universidades é, portanto, buscar o equilíbrio entre a excelência acadêmica e as exigências do mercado, proporcionando aos alunos além da base de conhecimento teórico-acadêmico e da vivência prática, também o desenvolvimento consciente das habilidades e competências que lhes assegurem um bom desempenho



global, e conseqüentemente, o sucesso no caminho profissional que venham a escolher.

Essa é a proposta que fazemos a você. O Trabalho Interdisciplinar é um importante instrumento dos muitos que utilizamos para concretizá-la, pois através dele é possível trabalhar a visão sistêmica, eliminando as percepções fragmentadas de cada disciplina, além das capacidades de organização e solução de problemas, trabalho em equipe, superação de obstáculos, limites coletivos e individuais. Mas é importante lembrar que a atuação de cada um de nossos alunos é fundamental para que o Trabalho Interdisciplinar cumpra a sua missão. Quando a resistência à apresentação do trabalho vence, estamos deixando de desenvolver uma essencial habilidade, que é a de se posicionar em público para a transmissão de um conhecimento que é nosso e que precisa ser compartilhado. Habilidade essa que certamente, nos fará muita falta em um determinado momento qualquer de nossa vida profissional.

Da mesma forma, quando demonstramos dificuldades intransponíveis para a organização de grupos de trabalho em razão dos alunos fatoriais, estamos mostrando a nossa dificuldade em trabalhar um problema velho (afinal, desde o jardim de infância nos organizamos em grupos para produzir alguma coisa), com uma variável nova (pois no jardim de infância não existiam alunos fatoriais). E isso é preocupante quando a ordem é formar administradores de empresas para o século XXI, pautado por mudanças, portanto, pelo trato de incontáveis e novas variáveis.

Nós sabemos da qualidade do nosso aluno, da enorme capacidade que tem em superar os próprios limites, e por essa razão temos a certeza de que conseguiremos produzir um brilhante Trabalho Interdisciplinar. Boa Sorte!

## INTRODUÇÃO

A educação das relações étnico-raciais para o ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena, conforme o disposto na lei n.º 11.645 de 10/03/08 na resolução cne/cp n.º 01 de 17 de junho de 2004 e na lei n.º 10.639, de 09 de janeiro de 2003. A educação ambiental, conforme o disposto na lei n.º 9.975, de 27 de abril de 1999 e no decreto n.º 4.281, de junho de 2002. A proteção dos direitos da pessoa com transtorno do espectro autista, conforme disposto na lei n.º 12.764, de 27 de dezembro de 2012. Devem ser tratados na Interdisciplinaridade e na integração com as diferentes áreas do conhecimento no trabalho proposto. É um trabalho de troca, cooperação, aberto ao diálogo e ao planejamento. As disciplinas não aparecem de forma fragmentada e compartimentada.

Uma atitude interdisciplinar exige uma postura de humildade diante da limitação do próprio saber; perplexidade ante a possibilidade de desvendar novos saberes, de desafio perante o novo; desafio em redimensionar o velho; envolvimento e comprometimento de todos que fazem parte do processo, compromisso em construir sempre da melhor forma; de responsabilidade; e o desafio para romper com velhos paradigmas, acreditando no novo. Só é possível pensar em interdisciplinaridade quando se possui uma equipe comprometida.

### 1. OBJETIVOS

#### 1.1 Objetivo geral

Orientar docentes e discentes com relação ao trabalho interdisciplinar e organizar esta atividade.

#### 1.2 Objetivos específicos

- a) Facilitar a execução e otimizar o aproveitamento destes trabalhos.
- b) Padronizar os formatos dos trabalhos escritos.
- c) Uniformizar as apresentações.
- d) Definir os critérios de avaliação.

## 2. ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO

### **Tema Central do Trabalho Interdisciplinar do curso de Administração de Empresas: Empreendedorismo e Gestão**

**Objetivo Geral:** Desenvolver nos graduandos do curso de Administração de Empresas o espírito empreendedor e a competências para criar novos negócios (próprios) e gerenciar empreendimentos em andamento (de terceiros).

**Justificativa:** Contribuir para a formação do egresso do Curso de Administração que apresenta o tema empreendedorismo e gestão como tema transversal em sua estrutura curricular.

**“O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX”.**

**(Timmons, 1994)**

Nas últimas décadas o conceito de empreendedorismo tem sido propagado no cenário econômico nacional. Uma variedade de fatores pode explicar com nitidez o emergente interesse pelo assunto, já que, principalmente nos Estados Unidos, país onde o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo *entrepreneurship* é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, algo novo ou desconhecido.

O contexto atual é propício para o surgimento de um número cada vez maior de empreendedores. Por esse motivo, a capacitação dos candidatos a empreendedor está sendo prioridade em muitos países, inclusive no Brasil, haja vista a crescente preocupação das universidades a respeito do assunto, por meio da criação de cursos e matérias específicas de empreendedorismo, como uma alternativa aos jovens profissionais que se graduam anualmente e entram no mercado de trabalho.

Uma enquete realizada recentemente para a Folha de São Paulo aponta que, de um total de 321 entrevistados, 36,5% declararam que gostariam de se tornar empreendedores (29% do total eram filhos de pai e/ou mãe empresários). O número de interessados em empreender supera, por exemplo, os dos que manifestaram a intenção de se tornarem executivos (24%).

Um indicativo de que o interesse pelo empreendedorismo vem se popularizando na fatia juvenil da população brasileira é o surgimento de grupos de discussão formado por jovens empresários. Eles promovem encontros regulares em que abordam temas pertinentes às iniciativas empresariais, além de promover seminários e congressos anuais, com objetivos que vão desde uma oportunidade de aumentar redes de contatos até a captação de eventuais parceiros, passando pelo desenvolvimento das competências dos participantes, através da geração e troca de conhecimentos.

A pesquisa revela o caráter relevante e atual do empreendedorismo, ainda muito novo no campo acadêmico. A implementação de cursos voltados para o assunto justifica-se pela crescente conscientização e tomada de posição por parte das universidades, no sentido de proporcionar aos estudantes, competências que possibilitem não só a sua inserção no mercado do trabalho, mas também sua sobrevivência e empregabilidade em uma sociedade altamente competitiva.

Na verdade, a formação empreendedora, até mesmo nos países mais adiantados, como Estados Unidos, Canadá e outros componentes do G7, que já investem, há décadas, em um processo formal de aprendizagem do empreendedorismo, defronta-se com o senso comum de que a característica empreendedora é inata ao ser humano e, portanto, apenas uma minoria privilegiada estaria destinada a ser empreendedora.

No entanto, vários são os estudos buscando desenvolver teorias que orientem a formação de empreendedores no mundo moderno por ser fundamental preparar pessoas pró-ativas que aprendam a agir e pensar por conta própria, com criatividade, espírito de liderança e visão de futuro para inovar e ocupar seu espaço no mercado.

Espera-se, portanto, como parte do perfil do profissional moderno, saber pensar e intervir com base na gestão do conhecimento, de tal forma a garantir adequado exercício da profissão e da cidadania; saber formular para ultrapassar a dependência do emprego e tornar-se capaz de propor modos próprios, individuais e coletivos; internalizar o espírito empreendedor; saber pesquisar e elaborar a sua capacidade de conhecimento, mantendo-se sempre atualizado; saber cultivar a interdisciplinaridade e o trabalho em equipe; saber operar a instrumentação eletrônica; saber reciclar-se

permanentemente; saber voltar para a instituição de ensino superior para renovar suas práticas, e saber compor cidadania e inserção no mercado, cultivando-se o senso ético na sociedade, o comportamento adequado diante das questões ambientais e a devida humanização do conhecimento.

Por outro lado, o cenário mundial, principalmente do início deste século, demanda a mudança do perfil dos gestores organizacionais que, atendendo às necessidades de uma sociedade em constantes e rápidas transformações, são forçados a buscar competências e condições para que suas organizações não só sobrevivam, como sejam sustentáveis. Isso leva a consciência da necessidade de formar pessoas disseminadoras da inovação, característica essa considerada básica para a formação de empreendedores.

Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo criativo de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, sendo com isso, responsável pelo seu próprio desenvolvimento e o de sua organização. Sob essa perspectiva, a disseminação de uma cultura empreendedora passa a ter uma considerável importância frente ao desenvolvimento de um novo comportamento, individual e organizacional, e uma das questões daí advindas é como realizar essa formação e como desenvolver uma competência empreendedora?

Partindo da necessidade de competências empreendedoras para que as pessoas estejam mais preparadas para se inserirem no mundo do trabalho, e de que essas competências podem ser desenvolvidas em ambiente propício, cabe à universidade mais esse papel: o da disseminação da cultura empreendedora. Nesse sentido, faz-se necessário a seguinte indagação:

O empreendedorismo pode ser ensinado?

Um levantamento feito entre professores das 15 melhores universidades americanas revela que 93% dos respondentes concordam com essa possibilidade. Na verdade, a chave para o desenvolvimento promissor desse processo está na educação. Esta



umenta a conscientização dos estudantes sobre empreendedorismo e, por isso, facilita o desenvolvimento das ações empreendedoras. Todavia, a grande questão é saber se o atual sistema educacional promove a formação da cultura empreendedora.

Acredita-se que o atual sistema de ensino enfatize a aquisição de conhecimento, dando pouco enfoque no desenvolvimento de habilidades específicas para o uso prático desses conhecimentos. A metodologia instrucional atualmente dominante, não enfoca o desenvolvimento da cultura empreendedora e pouco se valoriza a ambigüidade e o exercício da prática de definir problemas e projetar soluções.

No contexto atual, observa-se a necessidade de adoção de diretrizes educacionais que desafiem os estudantes a se comportarem tanto como generalistas quanto especialistas para serem desenvolvedores e solucionadores de problemas, de acordo com a realidade organizacional em que atuam. As diretrizes enfocam o raciocínio conceitual, todavia seguido da implementação prática e real. Em termos de ensino do gerenciamento de oportunidades de negócios, nada é mais refinado e desafiador do que esta metodologia educacional.

Não obstante, a educação para o empreendedorismo não deve ser confundida com a educação para gerenciar somente empresas. O principal objetivo da educação para gerenciar empresas é ensinar técnicas gerenciais aplicáveis ao gerenciamento organizacional, enquanto que a educação para o empreendedorismo visa estimular a cultura empreendedora, desenvolvendo a sensibilidade individual ou organizacional (coletiva) para a percepção de oportunidades (tanto externas quanto intra-organizacionais), ensinando o empreendedor responsável, mediante a capacidade de assumir riscos pré-mensurados e aceitáveis.

Embora os dois enfoques devam ser praticados nos cursos universitários, o educador precisará de um novo modelo aplicável na educação para o empreendedorismo. Tendo em vista que o empreendedorismo é um processo econômico altamente criativo, permanecem dúvidas de que as tradicionais formas de educação possam, isoladamente, resolver tal problema educacional.

Na verdade, deve-se propiciar o desenvolvimento de um novo estilo de aprender, no qual profundos aspectos do seu próprio ser, emoções, crenças e valores influenciem o processo do aprendizado.

Neste sentido, sugere-se colocar como prática pedagógica o aprender fazendo, encontrar e explorar conceitos mais amplos, relacionando-os com um problema, a partir de uma visão multidisciplinar; saber ler e interpretar o ambiente em sua volta; usar a própria sensibilidade, atitudes e valores desconectados das informações pré-estruturadas, o que significará maior aprendizado com base na experiência; propiciar mais oportunidades para a montagem de redes de contatos ou parceiros no mundo prático e real, e desenvolver respostas emocionais quando diante de situações conflituosas, encorajando-os a decidir e comprometer-se com as ações a executar, sob condições de estresse e incertezas.

### **Orientações Gerais para Todos os Períodos**

O trabalho Interdisciplinar tem como proposta fazer com que os alunos trabalhem um único tema durante todo o semestre, produzindo assim uma visão integrada de todas as disciplinas, construída a partir da abordagem individual das diversas perspectivas do tema selecionado.

Os temas deverão ser explorados por todas as disciplinas do período, sem exceção.

Os professores das disciplinas de cada período deverão desenvolver a abordagem do tema a ser proposto aos alunos de forma específica, criando as interfaces com as demais disciplinas. Essa proposta de abordagem deve ser única por disciplina/período, devendo ser construída, portanto, sob o consenso de todos os professores.

O desenvolvimento do trabalho deverá ser por meio de pesquisa teórica a ser realizada a partir de bibliografia sugerida pelos professores de cada disciplina, e por meio de pesquisa de campo. Cada professor poderá ainda sugerir visitas técnicas, seminários e/ou palestras de profissionais internos ou externos à instituição.

A coordenação do processo (controle gerencial para acompanhamento do trabalho) será feita pelos professores articuladores de cada período, lembrando que todos os professores serão responsáveis pelo trabalho e orientação quanto à forma e conteúdo.

O professor articulador deverá:

- a) Acompanhar a formação dos grupos e divulgar para os demais professores do período.
- b) Ficar responsável por todo o processo do trabalho interdisciplinar ao longo do semestre.
- c) Processar as notas referentes ao trabalho escrito e apresentação oral e enviá-las aos demais professores do período.
- d) Participar das reuniões previamente agendadas com a coordenação para repasse das informações sobre o acompanhamento do trabalho.

## 2.1 Estrutura / Organização por Período

Cada período irá desenvolver um tema específico em função do tema macro Empreendedorismo e Gestão. Este foi definido pelo coordenador, pelos professores de cada período e com o Centro de Excelência para o Ensino. Sendo assim, seguem as orientações por período.

### **1º. Período: Responsabilidade Social**

**Professor(a) Articulador(a):**

**Objetivo Geral:** Proporcionar ao aluno a oportunidade de conhecer o tema empreendedorismo social e Responsabilidade Social, trabalhando interdisciplinarmente com o conceito, a partir de bibliografia, filmes, exemplos práticos, visitas técnicas e estudos de casos.

**Justificativa:** O projeto consiste em dar oportunidade ao aluno de analisar, diagnosticar e propor ações de responsabilidade social na organização avaliada.

**Formação do grupo:** O trabalho interdisciplinar deverá ser realizado em grupos de NO MÁXIMO 6 componentes, e todos os alunos que cursarem 3 ou mais disciplinas deverão realizar o trabalho do respectivo período. Os alunos que cursarem 1 ou 2 disciplinas no mesmo período os professores farão a indicação de um trabalho específico tendo como tema responsabilidade e/ou inclusão social.

**1- Tema:** Responsabilidade Social

**2- Foco de Estudo:** redução de resíduos

**3- Setor:** A definir.

**4- Pergunta orientadora:** Que ação (ações) de responsabilidade social poderia (m) ser realizada (s) pela empresa a fim de reduzir a produção de resíduos poluentes?

**5- Produtos a entregar:** resenha e relatório

### **5.1- Resenha**

“A atividade de leitura pressuposta para a produção de uma resenha crítica acadêmica implica (...) a interpretação e a sumarização dos conteúdos. Nesse processo, há mobilização de conteúdos de outras obras pelo resenhista, o que lhe dá condições de estabelecer comparações e de efetuar avaliações. Ele deve considerar ainda que pode estar posicionando-se em relação a uma questão controversa, pois outros leitores podem ter opinião contrária à sua. Nesse caso, faz-se importante apresentar argumentos que validem seu posicionamento, procedimento muito próprio da esfera acadêmica” (CERVERA; BUZZO, 2009: 6).

**Data de entrega da resenha:**

**Valor:** 5 pontos (A nota final da resenha será feita com a média da correção de todos os professores.)

**Obs:** a resenha deverá ser entregue impressa para a professora da disciplina de Metodologia do Trabalho Científico e para os demais professores.

## 5.2 Relatório

O relatório é um documento através do qual se expõem os resultados de atividades variadas.

De acordo com Garcia (1997) e Martins e Zilberknop (1999), o relatório assume cada vez maior relevo na administração moderna, porque é impossível para um administrador ou um técnico, em cargo executivo, conhecer e acompanhar pessoalmente todos os fatos, situações e problemas que, por seu vulto, devam ser examinados.

É um dos tipos mais comuns de redação técnica-descrição de objeto, de mecanismo, de processo, narrativa minuciosa de fatos ou ocorrências, explanação didática.

Espécies de relatórios: de gestão, de inquérito, parcial, de rotina, de cadastro, de inspeção, de pesquisa, de tomada de contas, de processo, contábil, relatório-roteiro.

Para a redação do relatório devem ser observadas as seguintes qualidades:

- Extensão
- Linguagem
- Redação
- Objetividade
- Exatidão
- Conclusão
- Apresentação

### 5.2.1- Estrutura do Relatório

- **Introdução:** indicação do fato investigado, do ato ou da autoridade que determinou a investigação e da pessoa ou funcionário incumbido. Enuncia, portanto, o propósito do relatório.
- **Desenvolvimento:** texto, núcleo ou corpo do relatório – relato dos fatos apurados indicando-se:

- data;
- local;
- processo ou método adotado na apuração;
- discussão–apuração e julgamento dos fatos.

- **Conclusão:** recomendação de providências ou medidas cabíveis.

No final da redação do relatório, este deve ter respondido as seguintes perguntas:

O quê?

Por quê?

Quem?

Onde?

Quando?

Como?

E daí?

## 6 Avaliação da Parte Escrita do Relatório

Itens de Avaliação	Pontuação
1. Formatação (Normas Gerais da ABNT para textos científicos – <i>site</i> do curso de Administração)	2,0
2. Introdução	1,0
3. Desenvolvimento	3,0
4. Conclusão – Interdisciplinar	2,0
5. Criatividade, construção do texto (extensão, linguagem, redação, objetividade, exatidão, conclusão, apresentação, argumentação, coerência, coesão, parágrafos, estrutura lingüística), etc.	2,0
<b>Total da Parte Escrita</b>	<b>10,0</b>

A nota final da parte escrita do relatório será feita com a média da correção de todos os professores.

**Obs: o relatório deverá ser entregue impresso para todos os professores.**

### DATA DE ENTREGA DO RELATÓRIO:

**Apresentação oral:** formal (O grupo deve estar atento à postura, à fala, à argumentação, à roupa e aos slides).

Para a avaliação da apresentação oral os professores utilizarão os critérios a seguir:

Itens avaliativos	Pontos
1 Abertura: planejamento, apresentação e objetivos	1,0
2 Execução: dinâmica/conclusão, sintonia do grupo, e comunicação e postura	1,0
3 Recursos instrucionais: boa visibilidade, manuseio correto do recurso e seqüência lógica com a mensagem verbal	1,0
4 Domínio do conteúdo: capacidade argumentativa e de responder perguntas	1,0
5 Administração do tempo (20 min.): capacidade de síntese	1,0
<b>TOTAL PONTUAÇÃO</b>	<b>(5,0)</b>

Organização da apresentação:

- a) Cada grupo terá 30 minutos para expor o trabalho.
- b) A apresentação oral será em sala.
- c) Todos os componentes do grupo deverão estar presentes, compor-se diante da turma e participar durante a apresentação oral.
- d) A apresentação dos grupos será em Power Point exposição de maquetes e outros.
- e) Após a apresentação de cada grupo, os professores da banca e os alunos dispõem de 10 minutos para perguntas que poderão ser feitas a qualquer componente do grupo.

Observações Importantes:

- a) A apresentação oral será avaliada pelos professores do dia.
- b) As avaliações serão encaminhadas ao professor articulador que irá tirar à média e repassará aos demais professores do período.
- c) Alunos ausentes no momento da apresentação do grupo ficam com zero na apresentação oral.
- d) Caso o grupo não cumpra o tempo estimado será penalizado em 0,2 décimos por cada minuto excedido.
- e) Os casos omissos deverão ser resolvidos entre os professores.

**DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL:**

**Referências para a Pesquisa:**

ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. 340 p.

**FUNDAÇÃO ABRINQ PELOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE - ABRINQ**. Disponível em: <<http://www.fundabrinq.org.br>>. Acesso em: 26 fev. 2008.

**INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE** – Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/calendario2008.shtm>>. Acesso em: 26 fev. 2008.

**INSTITUTO ETHOS**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 26 fev. 2008.

**2º. Período: Gestão da Sustentabilidade/Educação Ambiental**

**Professor(a) Articulador(a):**

**Objetivo Geral:** Proporcionar ao aluno o conhecimento do desenvolvimento sustentável e de como a organização pode ser ecologicamente correta, economicamente viável, socialmente justa e culturalmente aceita.

**Justificativa:** Contribuir para a formação de um profissional consciente das necessidades da sociedade e das práticas de gestão sustentável.

**Formação do grupo:** O trabalho interdisciplinar deverá ser realizado em grupos de NO MÁXIMO 6 componentes, e todos os alunos que cursarem 3 ou mais disciplinas deverão realizar o trabalho deste período. Os alunos que cursarem 1 ou 2 disciplinas no semestre os professores farão a indicação de um trabalho específico com foco na educação ambiental.





1- **Tema:** Desenvolvimento Sustentável

2- **Setor:** A definir

3- **Produto a entregar:** Cartilha

### **Estrutura da cartilha**

1- **Capa:** título, usar criatividade

2- **Ficha técnica:** instituição, curso, coordenação do curso, professores do período, alunos do grupo, ano, período, setor/ empresa

3- **Apresentação da cartilha, enfatizando o seu objetivo** (Para quem ela é dirigida? Do que se trata? Como trata?).

### **4- Conceito de Desenvolvimento Sustentável**

- conceito geral
- tripé de sustentabilidade: econômico, social e ambiental

Observar normas para citação de referencial teórico.

5- **Diagnóstico na empresa do setor ou no setor como um todo:** analisar o tripé de sustentabilidade (econômico, social, ambiental)

6- **Orientações para o setor/ empresa:** diante do tripé de sustentabilidade (econômico, social e ambiental)

### **7- Referências**

- Formatação: livre
- Número de folhas: livre
- Diagramação: livre
- Entregar uma versão colorida (final) para cada professor.

### Avaliação da Parte Escrita

Itens de Avaliação	Pontuação
1. Criatividade e construção do texto (argumentação, coerência, coesão, parágrafos, estrutura lingüística).	2,0
2- Capa: título, usar criatividade 3- Ficha técnica: instituição, curso, coordenação do curso, professores do período, alunos do grupo, ano, período, setor/ empresa 4-Apresentação da cartilha, enfatizando o seu objetivo	2,0
5- Conceito de Desenvolvimento Sustentável - conceito geral - tripé de sustentabilidade: econômico, social e ambiental Observar formatação das normas gerais da ABNT para redação do referencial teórico ( <i>site</i> do curso de Administração),	3,0
6- Diagnóstico na empresa do setor ou no setor como um todo: analisar o tripé de sustentabilidade (econômico, social, ambiental) Orientações para o setor/ empresa: diante do tripé de sustentabilidade (econômico, social e ambiental)	3,0
<b>Total da Parte Escrita</b>	<b>10,0</b>

### DATA DE ENTREGA DA CARTILHA PARA CADA PROFESSOR:

#### 4- Apresentação oral: mesa redonda

-Organização da apresentação

Alunos que irão participar: 1 aluno por grupo, que será sorteado pelo professor na hora da apresentação. Todos os outros alunos de cada grupo deverão estar em sala o tempo todo da apresentação. O aluno que não estiver em sala não receberá a pontuação da apresentação.

**5.1 Apresentação da cartilha:** o aluno sorteado terá 5 minutos para apresentar a cartilha elaborada pelo grupo.

**5.2 Questionamento do professor avaliador:** será feita uma questão para cada grupo, de acordo com os seguintes pontos:

- a. conceito de sustentabilidade,
- b. tripé de sustentabilidade,
- c. o que está acontecendo na sustentabilidade em função do setor estudado,
- d. importância do desenvolvimento sustentável para a empresa,
- e. importância do estudo do desenvolvimento sustentável para a prática profissional do administrador,
- f. responsabilidade dos gestores frente ao tema do desenvolvimento sustentável,
- g. pontos críticos, desafios do estudo do tema de desenvolvimento sustentável,
- h. pontos positivos do estudo do desenvolvimento sustentável.

Neste momento qualquer aluno do grupo poderá responder a questão feita pelo professor avaliador.

**5.3 Questionamento dos alunos:** o aluno sorteado deverá formular uma pergunta para outro grupo sobre o tema estudado.

- Não poderá ser feita mais de uma pergunta para o mesmo grupo.

- Neste momento qualquer aluno do grupo poderá responder a questão feita pelo outro grupo.

**Pontuação: 5 pontos**

**DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL:**

**Referências para a Pesquisa**

**ALMEIDA, Fernando. Os Desafios da Sustentabilidade: Uma Ruptura Urgente. Rio de Janeiro: Elsevier, 207. 280 p.**

**Macedo, Marcelo; MONTIBELLER FILHO, Gilberto; MITIDIARI, Tibério da Costa; FIALHO, Francisco Antonio Pereira. Gestão da Sustentabilidade na Era do Conhecimento. Florianópolis: Visual Books. 2008. 160 p.**

**SAVITZ, Andrew; WEBER, Karl. A Empresa Sustentável – o verdadeiro sucesso é lucro com responsabilidade social e ambiental. Rio de Janeiro: Campus. 2007.**

**PLANETA SUSTENTÁVEL: <<http://planetasustentavel.abril.com.br>>. Acesso em: 26 fev. 2008.**

### **3º. Período: Gestão Empreendedora**

#### **Professor(a) Articulador(a):**

**Objetivo Geral:** Proporcionar ao aluno o conhecimento e aplicação das ferramentas de gestão na estruturação e desenvolvimento dos negócios, demonstrando o quanto é importante à contribuição delas para a eficiência empresarial.

**Justificativa:** Conscientiza e capacitar o aluno para a necessidade de que as empresas busquem constantemente se adaptar às mudanças em seus setores, para se adequarem às transformações exigidas pelo mercado.

**Formação do grupo:** O trabalho interdisciplinar deverá ser realizado em grupos de NO MÁXIMO 6 componentes, e todos os alunos que cursarem dentro do período 3 ou mais disciplinas deverão realizar o trabalho deste período. Os alunos que cursarem 1 ou 2 disciplinas no mesmo período os professores farão a indicação de um trabalho específico.

**1- Tema:** Gestão Empreendedora

**2- Setor:** A definir

**3- Pergunta orientadora:** Quais técnicas gerenciais permitem implantar metas empreendedoras na organização?

**4- Produto a entregar:** Resenha para a disciplina Comunicação e Redação Empresarial e artigo para todas as disciplinas.

#### 4.1 Resenha

“A atividade de leitura pressuposta para a produção de uma resenha crítica acadêmica implica (...) a interpretação e a sumarização dos conteúdos. Nesse processo, há mobilização de conteúdos de outras obras pelo resenhista, o que lhe dá condições de estabelecer comparações e de efetuar avaliações. Ele deve considerar ainda que pode estar posicionando-se em relação a uma questão controversa, pois outros leitores podem ter opinião contrária à sua. Nesse caso, faz-se importante apresentar argumentos que validem seu posicionamento, procedimento muito próprio da esfera acadêmica” (CERVERA; BUZZO, 2009: 6).

#### **DATA DE ENTREGA DA RESENHA:**

**Valor:** 5 pontos

**Obs:** a resenha deverá ser entregue impressa para todos os professores.

#### 4.2 Artigo

##### **Estrutura para a redação do artigo:**

##### **I- Elementos pré-textuais:**

- a) Título: subtítulo (se tiver).
- b) Nome do(s) autor(es) acompanhados em nota de rodapé de breve currículo constando formação acadêmica, atuação profissional, endereço postal e eletrônico.
- c) Resumo na língua do texto – expresso de forma concisa e objetiva com no máximo 250 palavras, seguido das palavras-chave (seguir norma NBR 6028).

EX.: Palavras-chave: Administração. Normalização.

##### **II- Elementos textuais:**

- a) Introdução: deve constar a delimitação do assunto tratado, os objetivos da pesquisa e outros elementos que situem o tema do artigo.

- b) Desenvolvimento: parte principal que contém a exposição ordenada e pormenorizada do assunto tratado (utilização da norma de numeração progressiva – NBR 6024).
- c) Conclusão: parte final do artigo com as respectivas conclusões que devem corresponder aos objetivos e hipóteses.

### **III- Elementos pós-textuais:**

- a) Título: subtítulo (se tiver) em língua estrangeira.
- b) Resumo em língua estrangeira: se em inglês, Abstract; se espanhol, Resumem; se em francês Resume; seguido das palavras-chave (em inglês, Keywords; em espanhol, Palabras clave, em francês, Mots-clés).
- c) Notas explicativas podem ser ao longo do texto ou ao final do artigo, em ordem numérica crescente e única para todo o documento.
- d) Referências: lista de todos os materiais utilizados ao longo do texto como citação.
- e) Glossário: elemento opcional.
- f) Apêndices: elaborados pelo autor.
- g) Anexos: documentos de outrem.

### **IV- Regras para artigo a ser apresentado:**

- a) Papel A4
- b) Fonte arial 12
- c) Margens Superior e esquerda 3 cm, inferior e direita 2 cm
- d) Mínimo 5 folhas – máximo 10
- e) Temática: sua área escolhida ou setor de concentração.

## 5- Avaliação da Parte Escrita

Parte Escrita – Itens de Avaliação	Pontuação
1. Formatação (Normas Gerais da ABNT para textos científicos – <i>site</i> do curso de Administração)	2,0
2. Introdução	1,0
3. Desenvolvimento	3,0
4. Considerações Finais – Interdisciplinar	2,0
5. Criatividade, construção do texto (argumentação, coerência, coesão, parágrafos, estrutura lingüística) exemplos aplicados, bibliografia pesquisada, etc.	2,0
<b>Total da Parte Escrita</b>	<b>10,0</b>

A nota final da parte escrita será feita com a média da correção de todos os professores. Obs: o artigo deverá ser entregue impresso para todos os professores.

### DATA DE ENTREGA DO ARTIGO:

**6- Apresentação oral:** formal (O grupo deve estar atento à postura, à fala, à argumentação, à roupa e aos slides).

Para a avaliação da apresentação oral os professores utilizarão os critérios a seguir:

Itens avaliativos	Pontos
6 Abertura: planejamento, apresentação e objetivos	1,0
7 Execução: dinâmica/conclusão, sintonia do grupo, e comunicação e postura	1,0
8 Recursos instrucionais: boa visibilidade, manuseio correto do recurso e seqüência lógica com a mensagem verbal	1,0
9 Domínio do conteúdo: capacidade argumentativa e de responder perguntas	1,0
10 Administração do tempo (20 min.): capacidade de síntese	1,0
<b>TOTAL PONTUAÇÃO</b>	<b>(5,0)</b>

Organização da apresentação:

- a) Cada grupo terá 20 minutos para expor o trabalho.
- b) A apresentação oral será em sala.
- c) Todos os componentes do grupo deverão estar presentes, compor-se diante da turma e participar durante a apresentação oral.
- d) A apresentação dos grupos será em Power Point.
- e) Após a apresentação de cada grupo, os professores da banca e os alunos dispõem de 05 minutos para perguntas que poderão ser feitas a qualquer componente do grupo.

Observações Importantes:

- a) A apresentação oral será avaliada pelos professores do dia.
- b) As avaliações serão encaminhadas ao professor articulador que irá tirar à média e repassará aos demais professores do período.
- c) Alunos ausentes no momento da apresentação do grupo ficam com zero na apresentação oral.
- d) Caso o grupo não cumpra o tempo estimado será penalizado em 0,2 décimos por cada minuto excedido.
- e) Os casos omissos deverão ser resolvidos entre os professores.

#### **DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL:**

#### **Referências para a Pesquisa**

**BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de empreendedorismo e gestão. São Paulo: Atlas, 2003. 314 p.**

**CAMPOS, V. F. Gerenciamento pelas diretrizes. 3. ed. Belo Horizonte: INDGE, 2002/2003. 314 p.**

**MIRSHAWKA, Victor. Empreender é a solução. São Paulo: DVS Editora, 2004. 298 p.**

**PASCHOAL, José Wilson Armani. A Arte de gerir pessoas em ambientes criativos. Rio de Janeiro: Record, 2004. 224p.**



#### **4º. Período: Práticas de Gestão direcionadas à Governança Corporativa**

##### **Professor(a) Articulador(a):**

**Objetivo Geral:** Conscientizar os alunos sobre os princípios e práticas que têm sido incorporados aos modelos de gestão das empresas, proporcionando uma revolução cultural global, que tem no epicentro, a sustentabilidade do empreendimento.

**Justificativa:** A transparência nas relações das empresas com seus diversos *stakeholders*, desenvolveu o conceito de governança corporativa com o objetivo de salvaguardar os interesses dos seus investidores, implementando um dos processos fundamentais para o desenvolvimento das organizações.

**Formação do grupo:** O trabalho interdisciplinar deverá ser realizado em grupos de NO MÁXIMO 6 componentes, e todos os alunos que cursarem dentro do período 3 ou mais disciplinas deverão realizar o trabalho deste período. Os alunos que cursarem 1 ou 2 disciplinas em mesmo período deverão negociar com os respectivos professores a indicação de um trabalho específico.

**1- Tema:** Governança Corporativa

**2- Tipos de empresas:** pequenas e médias empresas, de acordo com a classificação do BNDES- observe a seguir:

##### **Porte de empresa**

A classificação de porte de empresa adotada pelo BNDES e aplicável a todos os setores está resumida no quadro abaixo:

<b>Classificação</b>	<b>Receita operacional bruta anual</b>
<b>Microempresa</b>	Menor ou igual a R\$ 2,4 milhões
<b>Pequena empresa</b>	Maior que R\$ 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões
<b>Média empresa</b>	Maior que R\$ 16 milhões e menor ou igual a R\$ 90 milhões
<b>Média-grande empresa</b>	Maior que R\$ 90 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões
<b>Grande empresa</b>	Maior que R\$ 300 milhões

Entende-se por receita operacional bruta anual a receita auferida no ano-calendário com:

- O produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria.
- O preço dos serviços prestados.
- O resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos.

Na hipótese de início de atividades no próprio ano-calendário, os limites acima referidos serão proporcionais ao número de meses em que a pessoa jurídica ou firma individual houver exercido atividade, desconsideradas as frações de meses. Nos casos de empresas em implantação, será considerada a projeção anual de vendas utilizada no empreendimento, levando-se em conta a capacidade total instalada.

Quando a empresa for controlada por outra empresa ou pertencer a um **grupo econômico**, a classificação do porte se dará considerando-se a receita operacional bruta consolidada.

Entes da administração pública direta não são classificados por porte. Para fins de condições financeiras serão equiparados às grandes empresas.

As pessoas físicas não empresárias são equiparadas, quanto ao porte, conforme sua renda anual, às categorias da classificação de porte de empresas.

Para as empresas médias-grandes serão aplicadas as mesmas condições das grandes empresas, ressalvadas as disposições em contrário. A classificação do porte das empresas foi definida nas circulares nº **10/2010** e **11/2010**, de 05 de março de 2010.

**Fonte: BNDS.** Disponível em:

[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Navegacao\\_Suplementar/Perfil/p\\_orte.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Navegacao_Suplementar/Perfil/p_orte.html)>. Acesso em: 11 mar. 2012.

**1- Pergunta orientadora:** Quais as políticas organizacionais precisam ser implementadas na organização direcionadas às práticas da governança corporativa, em função dos valores de equidade, responsabilidade corporativa, transparência e prestação de contas?

**2- Produtos a entregar:** banner - é uma forma sintetizada de apresentação de trabalhos, mostrando os dados mais relevantes da pesquisa.

**Atenção! Antes da entrega final do banner deverá ser entregue uma prévia do conteúdo do banner.**

**2.1 Prévia do conteúdo do banner:** deverá ser entregue uma prévia do conteúdo do banner, em arquivo Word, via portal, que será corrigido por todos os professores, para que o grupo possa posteriormente fazer a versão final do banner. Em formato A4, essa prévia deverá ser um espelho do arquivo final do banner.

**2.1.1 Estrutura da prévia do conteúdo do banner:**

- Dados da empresa
- Histórico
- Referencial teórico sobre Governança Corporativa
- Roteiro para a entrevista

**2.1.1.2 Avaliação da Prévia do conteúdo do banner**

<b>Itens de Avaliação</b>	<b>Pontuação</b>
1. Dados da empresa e histórico	1,0
2. Referencial teórico sobre Governança Corporativa – Observar (Normas Gerais da ABNT para textos científicos – <i>site</i> do curso de Administração)	2,0
3. Roteiro da entrevista para estabelecer o diagnóstico da empresa	2,0
<b>Total da Avaliação da Prévia do Conteúdo do Banner</b>	<b>5,0</b>

**A nota final da prévia do conteúdo do banner será feita com a média da correção de todos os professores.**

**Obs:** a prévia do conteúdo do banner deverá ser entregue pelo Portal Universitário.

**2.2 Atenção!** Todos os grupos deverão apresentar o conteúdo que será mostrado no banner (esse conteúdo deverá ser um espelho do arquivo final do banner), para a avaliação dos professores antes da confecção final do mesmo.

## **2.3 Banner**

### **2.3.1 Formatação Gráfica do Banner**

- a) Tamanho do banner** 90X100cm.
- b) Tamanho da fonte e espaçamento entre linhas** (legível a uma distância de 2m – dependerá da quantidade de informação contida; no banner).
- c) Cor da fonte** (deve se destacar da cor definida no segundo plano do banner).
- d) Alinhamentos** (justificado).
- e) Margens** (esquerda 3.0 cm / direita, superior e inferior 2,5 cm).

### **2.3.2 Estrutura do banner**

- a) Título do trabalho:** deve ser sintético e refletir a essência do trabalho.
- b) Autores:** citados por extenso, acompanhados de sua vinculação.
- c) Introdução:** descreve uma visão geral do trabalho. Utilizando autores e teorias que dão subsídios ao trabalho. Apresentar referencial teórico sobre o tema central do trabalho (Governança Corporativa), ressaltando os valores que sustentam a sua prática: transparência, equidade, responsabilidade corporativa, prestação de contas.
- d) Objetivo:** apresentar a finalidade do trabalho.
- e) Metodologia:** apresenta os procedimentos de coletas e análise dos dados.
- f) Desenvolvimento Resultados Obtidos:** apresentar o diagnóstico estabelecido na empresa em função da pergunta orientadora do trabalho.

**g) Considerações Finais:** apresentar as recomendações que a empresa deve implementar, de forma a construir políticas organizacionais direcionadas às práticas da Governança Corporativa.

**h) Referências:** citar autores mencionados no texto (conforme normas ABNT).

### 2.2.2.1 Avaliação da Parte Escrita

Itens de Avaliação	Pontuação
1. Formatação de acordo com o orientado no item 4.2 deste manual e criatividade	1
2. Introdução, objetivo e metodologia	1,5
3. Desenvolvimento/ Resultados Obtidos	1,5
4. Considerações Finais	1,0
<b>Total da Avaliação do Banner</b>	<b>5,0</b>

**A nota final do banner será feita com a média da correção de todos os professores.**

**3- Apresentação oral:** seminário de Governança Corporativa

-Organização da apresentação: a turma como um todo deverá se organizar para estabelecer uma única apresentação, que será realizada para os alunos do 4º período do curso de Administração de Empresas e avaliada pelos professores que tem aula no dia e horário da apresentação.

Neste momento deverão ser apresentados:

- o referencial teórico sobre governança corporativa, tais como os conceitos principais, os valores que sustentam a prática da governança corporativa e a importância da gestão da governança corporativa para o desenvolvimento organizacional,
- objetivo do trabalho realizado pela turma,
- metodologia utilizada para a realização do trabalho, 20'
- pesquisas realizadas por cada grupo (com o diagnóstico e as considerações feitas para cada empresa diante da questão norteadora do trabalho), 5'

- conclusão da turma sobre o trabalho realizado, apresentando a importância do estudo da governança corporativa para o aluno da administração, 5'
- abertura de debate da turma que está apresentando com a turma que está assistindo. 10'

Observações importantes:

A apresentação do trabalho deve ter a participação de pelo menos um componente de cada grupo, sendo que o item de apresentação das pesquisas realizadas, bem como as considerações feitas às empresas, deve ser feito por alunos (as) diferentes daqueles (as) que já tinham apresentado os outros itens.

Todos os componentes do grupo deverão estar presentes e compor-se diante da turma durante a apresentação oral.

Após a apresentação do seminário os professores presentes dispõem de 05 minutos para perguntas que poderão ser feitas a qualquer componente do grupo.

Para a avaliação da apresentação oral os professores utilizarão os critérios a seguir:

<b>Itens avaliativos</b>	<b>Pontos</b>
1 Abertura: planejamento, apresentação e objetivos	1,0
2 Execução: dinâmica/conclusão, sintonia do grupo, e comunicação e postura	1,0
3 Recursos instrucionais: boa visibilidade, manuseio correto do recurso e seqüência lógica com a mensagem verbal	1,0
4 Domínio do conteúdo: capacidade argumentativa e de responder perguntas	1,0
5 Administração do tempo (20 min.): capacidade de síntese	1,0
<b>TOTAL PONTUAÇÃO</b>	<b>(5,0)</b>

## Referências para a Pesquisa

Cada professor deverá trabalhar dentro da disciplina o que o aluno deverá analisar sobre os pilares da GC.

**CHARAN, Ram. Governança Corporativa que produz resultados. Rio de Janeiro Elsevier. 2005. 225 p.**

**RODRIGUES, José Antônio. Governança corporativa: estratégia para geração de valor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004. 227 p.**

**STENBERG, Herbert. A dimensão humana da governança corporativa: pessoas criam as melhores e piores práticas. São Paulo: Gente. 2003. 225 p**

**ANDRADE, Adriana e Rossetti, José Pascoal. Governança corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendência. São Paulo: Atlas, 2004. 412p.**

## 5º. Período ao 8º período: Plano de Viabilidade de Negócios

### Professor(a) Articulador(a):

**Objetivo Geral:** proporcionar ao aluno desenvolver um plano de viabilidade de negócios.

**Justificativa:** introduzir no curso os conceitos de empreendedorismo, oferecendo aos alunos a oportunidade de vivenciar a criação do seu próprio negócio, por meio do desenvolvimento de projetos concretos, com o apoio dos professores, pré-incubadora e parceria como mercado.

**Formação do grupo:** O trabalho interdisciplinar deverá ser realizado em grupos de NO MÁXIMO 6 componentes, e todos os alunos que cursarem dentro do período 3 ou mais disciplinas deverão realizar o trabalho deste período. Os alunos que cursarem 1 ou 2 disciplinas no mesmo período os professores farão a indicação de um trabalho específico.

**1- Tema:** Plano de Viabilidade de Negócios

**2- Setor:** Comércio, Serviço ou Indústria

**3- Produto a entregar:** relatório de viabilidade de negócios

### **3.1 Estrutura do Trabalho:**

A realização do trabalho deve seguir as normas **atualizadas** da ABNT de acordo com as orientações dos professores articuladores.

- Capa
- Folha de Rosto
- Introdução
- Objetivo Geral
- Objetivos Específicos
- Justificativa interdisciplinar
- Desenvolvimento do Plano de Viabilidade de Negócios
- Conclusão interdisciplinar
- Referências bibliográficas – deverão ser registradas **TODAS** as fontes utilizadas para realização do trabalho: revistas, periódicos, livros, artigos, monografias, entrevistas, *sites* da web e/ou outros.

### **Estrutura Básica para o Item de Desenvolvimento do Plano de Viabilidade de Negócios**

**Sumário Executivo** – O sumário executivo em uma espécie de introdução que fará o leitor decidir se continuará ou não a ler o projeto da empresa. Portanto, deve ser escrito de um modo convidativo e conter uma síntese das principais informações que serão apresentadas a seguir. Deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras seções do projeto para ser elaborado.



## A EMPRESA

**Descrição do Negócio** – Descrição relevante, objetiva e concisa a atividade da empresa a ser projetada com informações que permeiam o futuro negócio e suas possibilidades.

**Dados da Empresa** – Nesta etapa, o grupo deverá informar os dados gerais sobre a empresa a ser criada.

Exemplo: dados da empresa, nome, endereço, telefone, endereço eletrônico, e-mail para contato, e outros que julgar necessário.

**Descrição da Visão** – Esta etapa caracteriza-se pela projeção de como a empresa estará inserida no futuro em termos de importância, participação no mercado e desempenho.

**Descrição da Missão** – Esta etapa caracteriza-se pela busca do atendimento, de forma eficaz, das necessidades dos clientes, de modo que a empresa consiga atingir o patamar desejado no item visão.

**Descrição dos Produtos e Serviços** – Fazer a descrição dos produtos e serviços oferecidos pela empresa, bem como suas principais características.

Exemplo: O que é o produto. Que tipo de finalidade os produtos atendem, a quem é destinado. Como o produto é elaborado, matéria prima utilizada, maquinário, software, mão-de-obra utilizada, embalagem, etc.

**Descrição dos principais fornecedores** – Quem são os fornecedores das matérias-primas?

**Registros Necessários** – Listar quais são os registros necessários para a comercialização dos produtos da empresa em órgãos específicos (Receita Federal, Junta Comercial, Prefeitura, INMETRO, ANVISA, e outras).

**Estrutura Organizacional** – Definir e explicar o modelo de estrutura organizacional a ser adotado, reforçando a questão da divisão do trabalho dentro do modelo de gestão organizacional.

## O MERCADO

**Análise do mercado** – Apresentar uma síntese do que é o mercado no qual a empresa vai atuar. É importante ainda, identificar e quantificar o(s) segmento(s) que compõe o público alvo.

**Público Alvo** – Descrever cada segmento que compõe o público alvo do seu negócio, justificando a sua inclusão. Além disso, apresentar suas características demográficas ou outras que possibilitem um maior conhecimento desse público, de modo a facilitar as estratégias para a conquista do mercado.

**Tendências de Mercado** – Especificar as tendências para o mercado como um todo e para o setor específico no qual a empresa vai atuar. É importante que as informações apresentadas sejam oriundas de dados concretos levantados através de pesquisa.

**Análise da Concorrência** – Levantamento da quantidade de concorrentes, realizando um levantamento das empresas que oferecem o mesmo produto que sua empresa comercializa. É importante considerar os concorrentes indiretos, ou seja, aqueles que oferecem produtos ou serviços diferentes do seu negócio, mas que satisfazem as mesmas necessidades. Analisar os principais concorrentes, realizando uma análise mais aprofundada dos principais concorrentes (os três maiores), considerando os atributos mais relevantes como: produtos oferecidos, preços praticados, qualidade dos produtos oferecidos, abordagem de marketing utilizada, pontos fortes e pontos fracos.

**Alianças Estratégicas** – Caso haja necessidade, descrever as alianças que pretende implementar e com quem. Exemplos: Terceirização, Parcerias, Representantes, etc.

**Diferencial Competitivo** – Especificar o que a sua empresa pretende fazer melhor que os concorrentes para ganhar mercado e atingir seus objetivos. Quanto mais acirrada a competição no setor, mais importante é a diferenciação nos produtos, atendimento e vantagens para o cliente.

## ESTRATÉGIA COMERCIAL E MARKETING

**Política de Preços** – Explicitar os objetivos a serem atingidos com os preços fixados para os seus produtos e serviços. Uma informação relevante é a comparação entre seus preços e aqueles praticados pelos seus principais concorrentes.

**Praça** – Explicitar a localização da empresa e a justificativa para tal, além de todos os canais de distribuição através dos quais seus produtos chegarão aos clientes, como: Internet, venda direta, representação, telemarketing, pontos de venda, etc. É importante ainda, descrever a logística de distribuição a ser adotada.

**Estratégias de Promoção e Vendas** – Explicitar os principais canais de distribuição utilizados para a divulgação de seus produtos. É muito importante que a escolha a ser adotada venha acompanhada de uma justificativa.

**Relacionamento com o cliente** – Uma vez captado o cliente, mostrar que estratégias de retenção podem ser utilizadas para conhecê-lo melhor, atendê-lo melhor e criar vínculos com ele, a fim de procurar garantir sua lealdade.

## POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS E GESTÃO DE PESSOAS

Explicar qual o perfil dos funcionários a serem contratados, como será o recrutamento e seleção, bem como o treinamento. Além disso, o grupo deverá descrever e especificar os cargos/remuneração a serem preenchidos.

## ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS MATERIAIS E PATRIMONIAIS

**Estratégias de Compras** – O objetivo desta etapa é caracterizar a organização do setor de compras. Portanto é importante responder algumas perguntas básicas: Quais são as formas de compras? Como negociar e obter facilidades de pagamentos condizentes com a estratégia de vendas? Qual o estoque inicial ou de segurança?

**Principais Fornecedores** – Descrição dos principais fornecedores de matérias-primas ou produtos necessários ao processo produtivo organizacional.

## DIAGNÓSTICO FINANCEIRO

**Investimentos** – Relacione os investimentos necessários para a implantação de seu negócio, demonstrando a viabilidade econômica do plano de negócio.

### Analisar e levantar as seguintes informações:

- Fluxo de caixa (no mínimo para três anos, sendo o 1º ano mensal e o 2º e 3º anos anuais)
- Planejamento orçamentário (no mínimo para três anos)
- levantar o investimento fixo (máquinas, instalações, móveis e utensílios);
- estimar os custos fixos mensais;
- pesquisar e estimar o percentual de impostos e comissões a serem pagos;
- estimar o faturamento e as compras;
- calcular a margem de contribuição e o seu índice;
- calcular o ponto de equilíbrio;
- calcular o lucro esperado para o faturamento estimado;
- determinar o capital inicial, investimento necessário considerando o investimento fixo e a necessidade - de capital de giro;
- calcular a necessidade de capital de giro;
- calcular a taxa de rentabilidade;
- calcular e analisar o prazo de retorno do investimento.

### 4- Avaliação da Parte Escrita

Itens de Avaliação	Pontuação
1. Formatação (Normas Gerais da ABNT para textos científicos – <i>site</i> do curso de Administração)	2,0
2. Introdução, objetivos e justificativa	1,0
3. Desenvolvimento do plano	3,0
4. Conclusão – Interdisciplinar	2,0
5. Criatividade, construção do texto (redação, objetividade, exatidão, conclusão, apresentação, argumentação, coerência, coesão, parágrafos, estrutura lingüística), etc.	2,0
<b>Total da Parte Escrita</b>	<b>10,0</b>

**A nota final da parte escrita será feita com a média da correção de todos os professores.**

**Obs: o plano de viabilidade de negócios deverá ser entregue para todos os professores.**

#### **DATA DE ENTREGA DO RELATÓRIO:**

**5- Apresentação oral:** Debate de viabilidade de negócios

Organização da apresentação:

1- Apresentação do relatório de viabilidade (10 minutos para cada grupo)

2- Debate no formato que são realizados os debates eleitorais na TV. O professor avaliador sorteará um tema e o grupo que fará pergunta para o outro grupo também será sorteado. Este grupo que respondeu continua o debate fazendo uma pergunta com outro tema para outro grupo de acordo com outro sorteio e assim sucessivamente. Os temas que serão sorteados são os pontos trabalhados nos relatórios de viabilidade de negócios (participarão dois alunos de cada grupo, sendo um indicado pelo professor na hora da apresentação e o outro deverá ser escolhido pelo próprio grupo. Todos os outros alunos de cada grupo deverão estar em sala o tempo todo da apresentação. O aluno que não estiver em sala não receberá a pontuação da apresentação).

**Pontuação: 3 pontos.**

#### **DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL:**

**6- Apresentação em Stand**

A **apresentação em stand** será realizada em data a ser definida pelo professor articulador. Esta apresentação deverá demonstrar, através de dinâmica vivencial (promoção ou divulgação), aspectos importantes que permeiam o negócio a ser empreendido. A apresentação em stand tem o valor de 3 pontos em todas as disciplinas.



**Referências para a Pesquisa:**

**BANCO DE DESENVOLVIMENTO DE MG S.A. – BDMG em: <<http://www.bdmg.mg.gov.br>>. Acesso em: 26 fev. 2008.**

**DOLABELLA, Fernando. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2004. 320 p.**

**DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 293 p.**

**FILION, Louis Jacques, et al. Boa idéia e agora?: plano de negócio o caminho seguro para criar e gerenciar a sua empresa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002. 352 p.**

**MAXIMIANO, Antônio César Amaru. Administração de projetos: transformando idéias em resultados. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 424 p.**

**SALIM, César Simões, et al. Construindo Plano de negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 250 p.**

**Plágios NÃO serão avaliados pelos professores e o grupo receberá zero.**

**ATENÇÃO:** A Lei nº. 9.610, de 19.02.98 regulamenta os direitos autorais no Brasil, portanto sempre que retirar informações disponíveis na Internet, livros ou similares para complementar as respostas às atividades, você deverá indicar origem, autor e data da publicação da obra, conforme normas atualizadas da ABNT para citação de fontes. Caso contrário, você estará cometendo plágio.

Ps.: Tabelas, gráficos, figuras, organogramas também exigem citação de fonte, mesmo quando criados pelos autores.