

Programa Analítico de Disciplina

COM 295 - Empreendedorismo em Comunicação

Departamento de Comunicação Social - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes

Catálogo: 2019

Número de créditos: 4

Carga horária semestral: 60h

Carga horária semanal teórica: 2h

Carga horária semanal prática: 2h

Semestres: I e II

Objetivos

Ao final desta disciplina o aluno deverá ser capaz de entender um panorama introdutório do universo da educação empreendedora, bem como estar estimulado à produção de projetos empreendedores voltados para agências de comunicação e projetos individuais, assim como ser capaz de elaborar uma proposta de um modelo de negócio voltado para o campo da Comunicação.

Ementa

Explicação da metodologia baseada na resolução de problemas. Discussões sobre noções de Inovação e Mudança. Desafios do empreendedor. Metodologia da Pesquisa-Ação aplicada aos novos negócios. Empreendedorismo e solução para necessidades e oportunidades: pensando em problemas reais da cidade e da Universidade. Noção básica de um modelo de negócios. Práticas assistidas: palestras e debates presenciais e /ou virtuais com representantes de órgãos de apoio técnico ao comércio, da central das empresas juniores de Viçosa, de associações comunitárias, do Centro Tecnológico de Viçosa (Centev) ou com empreendedores locais e de outras regiões. Elaboração de uma proposta de modelo de negócios. Seminário de apresentação das propostas.

Pré e co-requisitos

Não definidos

Oferecimentos obrigatórios

Não definidos

Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Administração	Geral
Ciências Contábeis	Geral
Comunicação Social - Jornalismo	Geral
Cooperativismo	Geral

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://siadoc.ufv.br/validar-documento> com o código: V8KV.IKYK.3RZA

Secretariado Executivo Trilíngue	Geral
----------------------------------	-------

COM 295 - Empreendedorismo em Comunicação

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
1.Unidade 1: Aspectos Gerais 1.1. Explicação do Método baseado na resolução de problemas.2.Conceitos de Mudança e Inovação;3. Aspectos gerais sobre criação de produtos na comunicação;4.Metodologia da Pesquisa-Ação aplicada aos novos negócios;	15h	0h	0h	0h	15h
2.Unidade 2: Aspectos sobre empreendedorismo 1.1.Desafios do empreendedor;2. Empreendedorismo e solução para necessidades e oportunidades;pensando em problemas reais da cidade e da Universidade.3. Noção básica de um modelo de negócios;	15h	0h	0h	0h	15h
3.Unidade 3 - Práticas assistidas 1.1. Palestras e debates presenciais e/ou virtuais com representantes de órgãos de apoio técnico aocomércio, da central das empresas juniores de Viçosa, de associaçõescomunitárias, do Centro Tecnológico de Viçosa (Centev) ou comempreendedores locais e de outras regiões.2. Elaboração de uma proposta de modelo de negócios.	0h	20h	0h	0h	20h
4.Unidade 4 - Seminário 1.1.Apresentação das Propostas dos Modelos de Negócios	0h	10h	0h	0h	10h
Total	30h	30h	0h	0h	60h

(T)Teórica; (P)Prática; (ED)Estudo Dirigido; (Pj)Projeto; Total(To)

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Apresentação de conteúdo oral e escrito com o apoio de equipamento (projektor, quadro-digital, TV, outros); Apresentação de conteúdo oral e escrito em quadro convencional; Apresentação de conteúdo pelos estudantes, mediado pelo professor; Apresentação de conteúdo utilizando aprendizado ativo; Debate mediado pelo professor; e Seminários
Prática	Prática demonstrativa realizada pelo professor ou monitor, Prática executada por todos os estudantes, Prática investigativa executada por todos os estudantes e Resolução de problemas
Estudo Dirigido	Leitura conduzida, Projeto e Resolução de problemas
Projeto	Desenvolvimento de projeto e Leitura e interpretação
Recursos auxiliares	Preferência de Mobiliário e Transporte para visita Técnica

COM 295 - Empreendedorismo em Comunicação

Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
BESSI, V.G. Empreendedorismo e ação empreendedora. São Leopoldo, RS: Trajetos Editorial, 2016.	2
DEGEN, R.J. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. 8a ed. São Paulo: McGraw Hill, 1989.	2
DORNELAS, J.C.A. Planos de negócios que dão certo: um guia para pequenas empresas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.	2
LOPES, R.M.A. (Org.) Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.	2
ROBBINS, S.P. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo, Saraiva, 2000.	4
SANTOS, C.A. dos. Pequenos negócios: desafios e perspectivas ? Inovação. Brasília, DF : SEBRAE, 2012.	2
THIOLLENT, M. Metodologia da pesquisa-ação. São Paulo, Cortez, 1986.	2

Bibliografias complementares

Descrição	Exemplares
BIRLEY, S. Dominando os desafios do empreendedor. Belo Horizonte: Pearson Education (2000).	1
MEIRA, S. Novos Negócios Inovadores de Crescimento Empreendedor no Brasil. São Paulo: Leya Brasil, 2015.	1
PARKER, G.G.; ALSTYNE, M.W.V.; CHOUDARY, S.P. Plataforma: A Revolução da Estratégia: o que é a plataforma de negócios, como surgiu e como transforma a economia em alta velocidade. São Paulo: HSM do Brasil, 2016.	1
RIES, E. Startup Enxuta. São Paulo: Leya Brasil, 2017.	1
SALIM, C.S.; SILVA, N.C. Introdução ao Empreendedorismo. São Paulo: Elsevier, 2009.	1
SPIEGEL, P. Muhammad Yunus: o banqueiro dos pobres. São Paulo: Cidade Nova, 2010.	1