

Programa Analítico de Disciplina

COM 295 - Empreendedorismo Social em Comunicação

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

Catálogo: 2023

Número de créditos: 4

Carga horária semestral: 60h

Carga horária semanal teórica: 2h

Carga horária semanal prática: 2h

Carga horária de extensão: 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 no campo social voltados para agências de comunicação, jornalismo colaborativo e/ou projetos individuais, assim como ser capaz de elaborar uma proposta de um modelo de negócio voltado para o campo da Comunicação.

Ementa

Aspectos Gerais sobre empreendedorismo e aprendizagem baseada em problemas. Aspectos sobre empreendedorismo social e comunicação. Contato com empreendedores sociais locais para identificação de problemas, levantamento e análise; Proposição de ações, intervenções e/ou transformações inovadoras para empreendedores sociais locais.

Atividades de Extensão

Elaboração de ações para os empreendedores sociais; Identificando possíveis soluções; Intervenção: execução junto aos empreendedores sociais. Apresentação das Propostas em Seminário aberto ao público

Pré e correquisitos

Não definidos

Oferecimentos obrigatórios

Não definidos

Oferecimentos optativos

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

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://siadoc.ufv.br/validar-documento> com o código: DBND.EVR4.HFEC

Cooperativismo	Geral
Secretariado Executivo Trilíngue	Geral

COM 295 - Empreendedorismo Social em Comunicação

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
<p>1. Unidade 1: Aspectos Gerais sobre empreendedorismo social e aprendizagem baseada em problemas.</p> <p>Conceitos e definições clássicas; Negócios Inovadores de Crescimento Empreendedor no Brasil; Desafios do empreendedor; Metodologia da Aprendizagem Baseada em Problemas; Canvas e Modelo de Negócios.</p>	15h	0h	0h	0h	15h
<p>2. Unidade 2: aspectos sobre empreendedorismo social e comunicação</p> <p>Conceitos, definições e tipos de empreendedorismo social; O uso das tecnologias pelos empreendedores sociais; Gestão de Mídias Sociais e Marketing digital.</p>	15h	0h	0h	0h	15h
<p>3. Unidade 3 - Práticas assistidas</p> <p>1. Palestras e debates presenciais e/ou virtuais com a comunidade viçosense, grupos, coletivos e representantes de órgãos de apoio técnico ao comércio, empresas juniores de Viçosa, associações comunitárias, do Centro Tecnológico de Viçosa (Centev) ou empreendedores locais e de outras regiões. Planejamento e Elaboração de uma proposta de modelo de negócios para ser apresentada à comunidade.</p>	0h	30h	0h	0h	30h
Total	30h	30h	0h	0h	60h

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

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Apresentação de conteúdo oral e escrito em quadro convencional; Apresentação de conteúdo oral e escrito com o apoio de equipamento (projeter, quadro-digital, TV, outros); Apresentação de conteúdo utilizando aprendizado ativo; Debate mediado pelo professor; Apresentação de conteúdo pelos estudantes, mediado pelo professor; e Seminários
Prática	Prática demonstrativa realizada pelo professor ou monitor; Prática executada por alguns estudantes, sendo demonstrativa para a maioria dos estudantes; Prática

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://siadoc.ufv.br/validar-documento> com o código: DBND.EVR4.HFEC

	executada por todos os estudantes; Prática investigativa executada por todos os estudantes; Resolução de problemas; e Desenvolvimento de projeto
Estudo Dirigido	Resolução de problemas, Leitura conduzida, Debate e Projeto
Projeto	Desenvolvimento de projeto, Projeto de extensão e Leitura e interpretação
Recursos auxiliares	Preferência de Mobiliário

COM 295 - Empreendedorismo Social em Comunicação

Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
BESSI, V.G. Empreendedorismo e ação empreendedora. São Leopoldo, RS: Trajetos Editorial, 2016.	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
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
OLIVEIRA, E.M. Empreendedorismo social: da teoria à prática do sonho à realidade São Paulo: Qualitymark, 2008.	1
WILLIAMS, A. Empreendedorismo social feminino. São Paulo, SP: Expressa, 2021.	1

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

Pontos de controle

Campo	Anterior	Atual
Nome	Empreendedorismo em Comunicação	Empreendedorismo Social em Comunicação
Conteúdo	Há alterações no conteúdo da disciplina	