



## PLANO DE ENSINO

### 1. IDENTIFICAÇÃO

Componente Curricular:	Gestão de Negócios e Empreendedorismo								
Unidade Ofertante:	Faculdade de Gestão e Negócios								
Código:	FAGEN39501	Período/Série:	8º			Turma:	F8		
Carga Horária:					Natureza:				
Teórica:	45	Prática:	0	Total:	45	Obrigatória:	( X )	Optativa:	( )
Professor(A):	Dr. Frederico Rafael Vargas Rocha					Ano/Semestre:	2026/1		
Observações:									

### 2. EMENTA

Carreira empreendedora. Conceitos de empreendedorismo. Identificação de oportunidades. Metas financeiras. Definição do produto/serviço. Plano de negócio. Análise do mercado. Estratégias de marketing. Estruturação da organização e da equipe. Planejamento econômico-financeiro. Fontes de financiamento.

### 3. JUSTIFICATIVA

A disciplina "Gestão de Negócios e Empreendedorismo" contempla conteúdos básicos de empreendedorismo e pretende despertar nos estudantes a capacidade de empreender, começar o seu próprio negócio e/ou desenvolver as capacidades empreendedoras que são necessárias para os futuros profissionais. Além disso, a disciplina ajudará com ferramentas que podem auxiliar o estudante a desenvolver o seu perfil empreendedor dentro do contexto da área da saúde.

### 4. OBJETIVO

**Objetivo Geral:**

Desenvolver a capacidade empreendedora, aprender a identificar oportunidades de negócios, e a criar e gerenciar um novo negócio.

**Objetivos Específicos:**

§ Compreender e aplicar os conceitos como produto/serviços, análise de mercado e desenvolvimento de plano de negócios;

§ Ser capaz de aplicar estratégias de marketing, estruturação da organização e da equipe, planejamento econômico-financeiro.

### 5. PROGRAMA

#### 1. Conceitos fundamentais

1.1 Empreendedorismo e o empreendedor;

1.2 Características do Empreendedorismo e do empreendedor;

- 1.3 Motivos e mitos para o empreendedorismo;
- 1.4 O processo empreendedor e oportunidades,
- 1.5 Inovação e proteção de ideias.

## 2. Desenvolvimento do negócio

- 2.1 Pesquisa de Mercado;
- 2.2 Modelo de Negócios;
- 2.3 Definição de Produto/Serviço;
- 2.4 Análise de Mercado;
- 2.5 Estratégia de Marketing;
- 2.6 Plano Operacional e Organizacional;
- 2.7 Planejamento Financeiro;
- 2.8 Fontes de Financiamento.

## 6. METODOLOGIA

### TÉCNICAS DE ENSINO, CARGA HORÁRIA E TECNOLÓGICAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

A disciplina será constituída de aulas expositivas, exposições dialogadas com a participação de discentes, seminários, casos e estudos de caso.

Recursos a serem utilizados: quadro, giz/pincel, projetor multimídia e Plataforma Microsoft Teams, a qual será utilizada para a disponibilização de materiais/informativos e entrega de atividades.

Os materiais da disciplina, com exceção dos textos de livros que possuem direitos autorais, serão disponibilizados via Plataforma Microsoft Teams.

Carga horária: 54 horas (45h/a Teóricas/práticas + 9h/a Atividades complementares de CH).

Aulas: Quintas-feiras: 08h às 09h40 / 09h50 às 10h40. A assiduidade será computada durante as aulas.

A comunicação entre discente e docente, ocorrerá por meio da Plataforma Microsoft Teams ou pelo *e-mail* institucional (frederico.vargas@ufu.br).

### CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES

SEMANA	MÓDULOS	ATIVIDADES PREVISTAS	CARGA-HORÁRIA
1ª Semana 23/04/26	0. Apresentação do professor e da disciplina	Apresentação do plano de ensino, atividades avaliativas, atividades complementares de carga horária da disciplina, formação de equipes e introdução à disciplina	3 horas
2ª Semana 30/04/26	1. Conceitos de empreendedorismo	Aula teórica	3 horas
3ª Semana 06/05/26	1. Conceitos de empreendedorismo	Aula teórica	3 horas
3ª Semana 07/05/26	2. Carreira empreendedora	Atividade prática 1 Fechamento da Atividade prática 1 (Atividade complementar de CH)	3 horas 3 horas
4ª Semana 14/05/26	3. Identificação de oportunidades	Aula teórica	3 horas
5ª Semana 21/05/26	3. Identificação de oportunidades	Aula teórica e Atividade prática 2 Fechamento da Atividade prática 2 (Atividade complementar de CH)	3 horas 3 horas
6ª Semana	4. Análise de mercado	Aula teórica	3 horas

28/05/26			
7ª Semana 11/06/26	4. Análise de mercado	Aula teórica	3 horas
8ª Semana 18/06/26	5. Definição do produto/serviço	Aula teórica	3 horas
9ª Semana 25/06/26	6. Estratégias de marketing	Aula teórica	3 horas
10ª Semana 02/07/26	6. Estratégias de marketing	Atividade prática 3 Fechamento da Atividade prática 3 (Atividade complementar de CH)	3 horas 3 horas
11ª Semana 09/07/26	7. Plano Operacional e Organizacional	Aula teórica	3 horas
12ª Semana 23/07/26	8. Planejamento econômico-financeiro 9. Objetivos financeiros 10. Fontes de financiamento	Aula teórica	3 horas
13ª Semana 30/07/26	Prova final	Prova objetiva - individual Conteúdo: todos os módulos estudados	3 horas
14ª Semana 06/08/26	Prova de recuperação e entrega de resultados	Recuperação de Aprendizagem - Com intuito de atender o art. 141 da Resolução CONGRAD 46/2022 o estudante que não obtiver o rendimento mínimo para aprovação e com frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) na disciplina poderá realizar uma prova.	3 horas
<b>Total</b>			<b>54 horas</b>

### **Importante:**

1. A aprovação está condicionada à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina.
2. A frequência será computada por meio de chamada oral (em aulas presenciais). Quando de atividades complementar de carga horária, a frequência será computada com base na entrega de atividades dentro do prazo estipulado conforme cronograma destas.
3. Todas as atividades deverão ser entregues via Plataforma Moodle.
4. Atividades realizadas em sala de aula somente poderão ser entregues pelos discentes presentes em aula. Quando ausentes, mesmo em caso de entrega da atividade, não será computada para nota.

### **7. AVALIAÇÃO**

A seguir, Quadro especificando: as datas, horários, critérios para a realização e correção das atividades avaliativas ou outras produções, que deverão ocorrer nos prazos estipulados pelo período letivo da disciplina.

<b>INSTRUMENTO</b>	<b>PONTUAÇÃO</b>	<b>FORMATO</b>	<b>DATA</b>
Atividade prática 1	20,0	Equipe	07/05/26
Atividade prática 2	20,0	Equipe	21/05/26
Atividade prática 3	20,0	Equipe	02/07/26
Prova final	40,0	Individual	30/07/26
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>		
Prova de recuperação	100,0	Individual	06/08/26

Os trabalhos em equipe serão avaliados ao longo da disciplina, compreendendo atividades relacionadas a cada temática dos módulos. Os pontos serão distribuídos da seguinte forma:

§ 60 pontos: realização de três Atividades práticas em equipes, as quais deverão ser aplicadas ao longo das 15 semanas de aula. A presença é obrigatória nos dias agendados dessas atividades;

§ 40 pontos: realização de uma Prova final, objetiva e individual, cuja aplicação acontecerá após a conclusão de todos os módulos estudados.

**Critérios de avaliação dos trabalhos:** coerência das respostas e capacidade de relacionar o conteúdo da disciplina com o que foi solicitado na atividade, não ocorrência de plágio, citação das fontes utilizadas, quando for pertinente. Em atividades que exijam apresentação oral também serão avaliados os seguintes itens: participação dos integrantes do grupo, qualidade da apresentação, abordagem dos pontos-chave da atividade e respeito ao tempo de apresentação quando estipulado.

**Avaliação de recuperação de aprendizagem:** para os alunos que apresentarem frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) na disciplina, mas nota inferior à média necessária para sua aprovação, será incluída uma atividade de recuperação, com intuito de atender o art. 141 da Resolução CONGRAD 46/2022. O aluno poderá fazer uma prova ao final do semestre incluindo todo o conteúdo programático da disciplina, com o valor de 100,0, na qual deverá obter o mínimo de 60,0 pontos para sua aprovação.

## 8. BIBLIOGRAFIA

### Básica:

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

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier-Campus, 3. ed., 2008.

INSTITUTO EMPREENDER ENDEAVOR. **Crie seu negócio de alto impacto**: livro do empreendedor. Endeavor, 2010.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo**: questões na área de saúde, social, empresarial e educacional. São Paulo: Ed. Érica, 2009.

### Complementar:

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

DEGEN, R.J. **Empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, J. C.A. **Planos de negócios que dão certo**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. (orgs.). **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

HIRISCH, R. D.; PETERS, M.P.; SHEPER, P.D. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

## 9. APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado realizada em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Coordenação do Curso de Graduação: \_\_\_\_\_



Documento assinado eletronicamente por **Frederico Rafael Vargas Rocha, Professor(a) do Magistério Superior**, em 24/04/2026, às 08:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **7252815** e o código CRC **D27DB1A0**.

