



Instituto Federal de Brasília

PLANO DE CURSO
FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA – FIC
Campus Ceilândia

**GESTÃO E PRÁTICAS EMPREENDEDORAS PARA MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS**

Ceilândia, Fevereiro de 2014.

CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO: Formação Inicial e Continuada - FIC

- 1.1. **Título do Curso:** Gestão e Práticas Empreendedoras para Micro e Pequenas Empresas.
- 1.2. **Eixo Tecnológico:** Gestão e Negócios.
- 1.3. **Área de abrangência:** Ceilândia e entorno.
- 1.4. **Local da Oferta:** *Campus* Ceilândia – Endereço: Quadra EQNP 26/30 Bloco G - Ceilândia Sul (Ceilândia)
- 1.5. **Carga horária total:** 206 h.
- 1.6. **Público Alvo:** O curso destina-se a profissionais atuantes em atividades relacionadas à administração e que estão interessados no aperfeiçoamento de habilidades em gestão, além de jovens e adultos que estejam interessados em adquirir novos conhecimentos em práticas atuais de gestão e administração. E, de forma geral, toda e qualquer pessoa que deseje desenvolver habilidades voltadas para a prática cotidiana de gerenciamento de empreendimentos, especialmente micro e pequenas empresas.
- 1.7. **Nível Mínimo de Escolaridade:** Ensino Médio Completo.
- 1.8. **Período de realização:** segundo semestre de 2014.
- 1.9. **Forma de ingresso:** Sorteio.
- 1.10. **Qualificação conferida:** Certificado de Conclusão de Curso de Formação Inicial Continuada (FIC).
- 1.11. **Número de vagas por turma:** 35 estudantes.
- 1.12. **Título conferido:** Certificado de Conclusão do Curso de Gestão e Práticas Empreendedoras para Micro e Pequenas Empresas.

2. JUSTIFICATIVA

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília – IFB tem em sua missão a oferta da educação profissional e tecnológica, em todos

os seus níveis e modalidades, formando e qualificando cidadãos com vistas à atuação profissional nos diversos setores da economia.

Ceilândia e entorno é uma região que conta com vários empreendimentos de micro e pequeno porte. Este tipo de empreendimento possui sua origem a partir da necessidade de geração de renda das famílias, para satisfação de suas necessidades financeiras. Na maioria das vezes, não conta com planejamento nem com uma gestão profissional.

O Curso de Gestão e Práticas Empreendedoras para Micro e Pequenas Empresas propõe a formação inicial e continuada por meio da qualificação na área de Administração, prioritariamente, de micro e pequenos empresários já atuantes e de pessoas que não estão inseridas no mercado de trabalho. O resultado esperado é melhorar a atuação deste tipo de empreendimento e promover a colocação de pessoas no mercado de trabalho.

A proposta pedagógica do curso incentiva o despertar do espírito empreendedor, a implementação ou a inovação de atividades de gestão ligadas à micro e pequenas empresas novas ou já formadas. Sob essa perspectiva, inclui as novas exigências do mercado e as exigências locais de Ceilândia e entorno, abordando os aspectos essenciais para o sucesso de empreendimentos.

Por fim, a proposta prevê ainda aspectos da formação humana e integral, buscando, assim, ampliar os horizontes destas pessoas para que se tornem sujeitos críticos e autônomos.

3. OBJETIVOS

Capacitar profissionais, dotando-os de visão sistêmica e holística sobre os principais enfoques necessários para a gestão atual, moderna e empreendedora das micro e pequenas empresas, tendo por meta buscar o sucesso financeiro e econômico das empresas. Oferecer o conhecimento dos principais métodos e ferramentas para o alcance dos melhores resultados operacionais, gerenciais e comerciais.

4. PERFIL DO EGRESSO

O egresso será preparado para atuar em processos administrativos de empresas de micro e pequeno porte, executando atividades de apoio nas áreas de planejamento estratégico, recursos humanos, finanças, marketing, negociação e empreendedorismo, observando os procedimentos operacionais e a legislação vigente.

5. MATRIZ CURRICULAR

COMPONENTES CURRICULARES	BASES TECNOLÓGICAS	HABILIDADES A SEREM DESENVOLVIDAS	CARGA HORÁRIA
Português Instrumental	Técnicas para elaboração de textos e redação oficial; Compreensão do sentido nas mensagens orais e escritas; Utilização competente da linguagem oral e escrita de acordo com as intenções comunicativas; Coerência na defesa dos pontos de vista e na apresentação de argumentos.	Comunicar-se oralmente e por escrito. Interpretar textos. Saber fazer perguntas. Argumentar tecnicamente. Produzir textos.	18h/a
Matemática Financeira	Introdução à matemática comercial; Conceitos básicos de matemática; Regra de 3 simples; Porcentagem; Taxas; Juros; Descontos; Sistema de amortização de dívidas.	Conhecer conceitos básicos da matemática usada no comércio. Resolver problemas por meio da regra de três. Realizar operações com porcentagem. Entender os conceitos de	40 h/a

		<p>juros simples e composto e saber aplicá-los nas relações comerciais e financeiras.</p> <p>Adquirir noções básicas do sistema de amortização de dívidas: sac, price, SAM, Sistema Americano.</p>	
<p>Informática Aplicada</p>	<p>Conceitos básicos de informática; Sistema operacional Microsoft Windows; Pesquisa na Internet; Correio eletrônico; Editor de Texto (Writer ou MS Word); Editor de apresentação (Impress ou MS PowerPoint); Editor de Planilha eletrônica (Calc ou MS Excel).</p>	<p>Utilizar programa de editoração de texto digitando texto técnico.</p> <p>Elaborar planilhas e gráficos com resultados de manutenções.</p> <p>Preparar slides para apresentações destes resultados gráficos.</p> <p>Utilizar as ferramentas da internet.</p> <p>Utilizar sites de busca, periódicos capes, manuais de equipamentos e e-mail.</p>	<p>40 h/a</p>
<p>Ética e Cidadania</p>	<p>Ética e profissão; Responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios.</p>	<p>Conhecer a Ética na profissão, sua atuação como profissional na sociedade brasileira.</p> <p>Estimular o trabalho e códigos de ética profissional.</p>	<p>8 h/a</p>

Fundamentos da Administração	Administração: conceitos, finalidade, atuação; Tipos de organizações; Classificação das organizações; Modelos de Gestão.	Entender a administração e seu papel nas organizações. Saber diferenciar as organizações existentes no mercado. Conhecer dados sobre o setor de micro e pequenas empresas.	12 h/a
Planejamento estratégico - ferramentas gerenciais	Planejamento estratégico: conceitos introdutórios; Diretrizes gerenciais; Ferramentas gerenciais para a tomada de decisão.	Realizar um diagnóstico organizacional e ser capaz de tomar decisões utilizando as ferramentas gerenciais.	12 h/a
Marketing e negociação	Introdução ao marketing: conceitos, 4P's, segmentação; Técnicas de negociação; Pesquisas aplicadas de mercado; Comportamento do consumidor.	Conhecer o papel do marketing e sua influência para o crescimento da organização. Aplicar técnicas de negociação no ambiente empresarial.	16 h/a
Noções de finanças	Introdução à administração financeira.	Conhecer os conceitos principais de administração financeira existentes em uma micro ou pequena empresa.	12 h/a
Legislação aplicada à micro e	Aspectos jurídicos na abertura de um negócio;	Compreender as etapas para abertura de um negócio.	12 h/a

pequenas empresas	Legislação tributária e trabalhista nas micro e pequenas empresas.	Conhecer os aspectos legislativos que regem o funcionamento de uma micro ou pequena empresa.	
Empreendedorismo e planos de negócios	Empreendedorismo: Conceitos, tipos de empreendedor, características do empreendedor; Plano de negócios.	Explicar com o empreendedorismo pode contribuir para a formação do seu perfil profissional e para o crescimento do seu ambiente de trabalho. Elaborar um plano de negócios simplificado.	16h/a
Gestão de Pessoas	Liderança e Gestão; Equipes de alto impacto; Recrutamento e Seleção; Treinamento, Desenvolvimento & Educação.	Desenvolver uma visão sistêmica e estratégica da ARH. Entender os tipos de Liderança e desenvolver os atributos de um líder. Elaborar ações práticas de Recrutamento e Seleção de Pessoas, tais como: elaborar anúncio de emprego e selecionar pessoas conforme as necessidades do cargo.	12 h/a
Atendimento ao cliente	Técnicas e tipos de atendimento ao cliente; Qualidade no atendimento.	Explicar como as técnicas de atendimento ao cliente podem torná-los fiéis a uma	8 h/a

		organização. Conhecer os tipos de atendimento ao cliente.	
--	--	--	--

6. DURAÇÃO E PERIODICIDADE DO CURSO

O Curso será ministrado ao longo de 18 semanas letivas, três vezes na semana (às segundas, quartas e sextas), com 4 horas-aula por dia, compreendendo uma carga-horária total de 12 h/a por semana.

As aulas acontecerão nos períodos diurno e/ou noturno.

7. METODOLOGIA

O curso será ministrado por meio de aulas expositivas, debates, dinâmicas de grupos, realização de palestras e atividades práticas de simulação da rotina empresarial. Será feito uso de recursos multimídia como vídeos, músicas e slides para a realização das aulas.

Além disso, o curso poderá oferecer momentos de educação à distância, de acordo com as necessidades específicas de cada componente, mediante a utilização de Ambiente Virtual de Aprendizagem, sendo ofertado ao aluno plantões de dúvidas agendados previamente.

8. AVALIAÇÃO

A avaliação ficará a critério do professor, podendo ser utilizados diversos tipos de instrumentos avaliativos conforme a necessidade do componente curricular, como: listas de exercícios, portfólios, apresentação de trabalhos, atividades individuais ou em grupos, dentre outras ferramentas.

Para que o aluno seja considerado APTO, deverá atingir média final 6,0, e, além disso, deverá demonstrar a compreensão dos conteúdos e o desenvolvimento das habilidades necessárias.

O discente também poderá solicitar o aproveitamento de conhecimentos e experiências adquiridas anteriormente conforme disposto na Resolução nº010-2013/CS – IFB.

O aluno que não atingir média final igual ou superior a 6,0 poderá requerer junto ao professor do componente curricular, sob a supervisão da Coordenação Geral de Ensino, a realização de uma nova avaliação de aprendizagem, visando o desenvolvimento de habilidades e competências não alcançadas durante o processo de ensino, conforme disposto na Resolução nº010-2013/CS – IFB, e deverá atingir, no mínimo, 60% da nota para ser considerado aprovado no componente curricular.

9. CERTIFICADOS

A certificação dos aprovados no referido curso seguirá os procedimentos estabelecidos nas normas internas do Instituto Federal de Brasília.

10. BIBLIOGRAFIA BÁSICA DO CURSO

AMARAL, Emília et al. **Português: Novas Palavras**. Volume Único. São Paulo: FTD, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. São Paulo: Campus, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. JEFFRY, Timmons A. SPINELLI, Stephen. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21**. Adaptação 8ª edição americana. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DANTE, Luiz Roberto. **Matemática, Volume Único**. São Paulo: Ática, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. et. al. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

HISRICH, Robert D. PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KOTLER Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9ª edição, São Paulo, Editora Pearson, Ano 2005.

LAS CASAS Alexandre Luzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 7ª edição, São Paulo, Editora Atlas, 2005.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Introdução à Administração**. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Fundamentos da Administração: conceitos e práticas essenciais**. São Paulo: Atlas, 2009

ROBBINS, Stephen Paul. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SÁ, A. L. **Ética Profissional**. 9. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.