

FORMULÁRIO Nº 13 – ESPECIFICAÇÃO DA DISCIPLINA/ATIVIDADE		
CONTEÚDO DE ESTUDOS		
EMPREENDEDORISMO E GESTÃO		
NOME DA DISCIPLINA/ATIVIDADE	CÓDIGO	criação (X) ALTERAÇÃO: NOME () CH ()
Modelagem de Negócios	STE00039	
DEPARTAMENTO/COORDENAÇÃO DE EXECUÇÃO: EMPREENDEDORISMO E GESTÃO		
CARGA HORÁRIA TOTAL: 30	TEÓRICA: 15	PRÁTICA: 15 ESTÁGIO:
DISCIPLINA/ATIVIDADE: OBRIGATÓRIA (X)	OPTATIVA ()	AC ()
OBJETIVOS DA DISCIPLINA/ATIVIDADE:		
1. Entender o conceito de modelo de negócio. 2. Compreender a relevância da definição do modelo de negócio para o direcionamento estratégico do empreendimento. 3. Conhecer uma nova metodologia de definição de modelo de negócio (CANVAS). 4. Aplicar a metodologia CANVAS no desenvolvimento de um novo empreendimento.		
DESCRIÇÃO DA EMENTA:		
Metodologia CANVAS para análise de modelo de negócio. Segmentos de Clientes. Proposição de Valor. Canais. Relacionamento com o Cliente. Fluxo de Receitas. Recursos-chave. Atividades-chave. Parceiros-chave . Estrutura de Custos.		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA:		
OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business model generation - inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários . Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. RIES, Eric; SZLAK, Carlos A Startup Enxuta . São Paulo: Leya, 2012. SEBRAE. Cartilha: O quadro de modelo de negócio . Disponível em: http://www.sebraecanvas.com.br/downloads/cartilha_canvas.pdf . Editora Sebrae: 2013.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:		
BORNIA, Antonio Cezar. Análise gerencial de custos: aplicação em Empresas Modernas . Porto Alegre: Bookman, 2002. BRANDALISE, Loreni Teresinha. A percepção do consumidor na análise do ciclo de vida do produto: um modelo de apoio à gestão empresarial . Cascavel:EDUNIOESTE, 2008. BROWN, Tim. Design Thinking . São Paulo: Elsevier, 2010. CHESBROUGH, Henry Modelos de Negócios Abertos . São Paulo: Bookman, 2011. CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul; BARTALOTTI, Cecília Camargo; MOREIRA, Cid Knipel; SANTOS, Rubens da Costa (Co-aut.) (Trad.) (Rev.). Marketing: criando valor para os clientes . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000. CORRÊA, Henrique Luiz.; CAON, Mauro. Gestão de serviços: Lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes . São Paulo: Atlas, 2006. BERARDINELLI, Mariana e SANTOS, Cynthia Vale dos. Melhores Estudos de Casos da Pequena Empresa Edição 2004 - Caso Pipeway . III Jornada de Estudos de Casos da Pequena Empresa. Rio de Janeiro: SEBRAE/RJ, 2005. DOMIGUEZ, Sigfried Vasques. O valor percebido como elemento estratégico para obter a lealdade dos clientes . Caderno de Pesquisa em Administração, São Paulo, v. 07, n. 4, out/dez, 2000.		

KIM, W. Chan & MAUBORGNE, Renée. A Estratégia do Oceano Azul. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

RAPPAPORT, Alfred. Gerando valor para o acionista: um guia para administradores e investidores. São Paulo: Atlas, 2001. 219p. ISBN 85-224-3027-6.

SILVA JUNIOR, José Barbosa da. Custos: ferramenta de gestão. São Paulo: Atlas, 2000. 244 p (Coleção Seminários CRC-SP/IBRACON)

COORDENADOR

DATA 29/10/2012

CHEFE DE DEPTO/COORDENADOR

DATA 29/10/2012