



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE FITOTECNIA
CURSO DE AGRONOMIA**

PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre
2008/1

1. Identificação					
1.1. Unidade: <i>Departamento de Fitotecnia - Centro de Ciências Agrárias</i>					
1.2. Curso: <i>Agronomia</i>					
1.3. Nome da Disciplina: <i>Empreendedorismo e Inovação na Agricultura</i>					
1.4. Código da Disciplina: <i>AC-0511</i>					
1.5. Caráter da Disciplina: () Obrigatória (X) Optativa					
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: (X) Semestral () Anual () Modular					
1.7. Carga Horária (CH) Total: <i>32 h</i>	C.H. Teórica: <i>16 h</i>	C.H. Prática: <i>16 h</i>	C.H. EaD: <i>-</i>	C.H. Extensão: <i>-</i>	C.H. Prática como componente curricular – PCC (apenas para cursos de licenciatura):
1.8. Pré-requisitos: <i>não há.</i>					
1.9. Co-requisitos: <i>não há.</i>					
1.10. Equivalências: <i>-</i>					
1.11. Professor responsável: <i>Patrik Luiz Pastori., D. Sc.</i>					
2. Justificativa					
<p><i>Desde sua concepção, os Cursos de Agronomia em todo o Brasil, priorizaram a formação dos profissionais para o emprego, ou seja, para trabalhar como empregado em alguma Instituição pública ou privada. As mudanças na sociedade e o desenvolvimento de tecnologias vêm refletindo diretamente no trabalho, que passa por momentos de flexibilidade e pouca ou praticamente nenhuma estabilidade. Assim, existe a necessidade de desenvolver outras habilidades e competências nos estudantes para que estes tenham capacidade de inovar com uma visão empreendedora.</i></p>					
3. Ementa					
<p><u>Empreendedorismo</u>: Características; identificação e aproveitamento de oportunidades; desenvolvimento da visão e de atitudes empreendedoras. Instrumentos de empreendedorismo. Prospecção empresarial e noções básicas de plano de negócios.</p> <p><u>Inovação</u>: Definições, estratégias, mensuração, fontes. Relações entre inovação, crescimento e desenvolvimento. Ações inovadoras e parcerias estratégicas, redes de relacionamento, atividades colaborativas entre pessoas, empresas e Instituições.</p> <p><u>Empreendedorismo e Inovação</u>: Legislação, financiamento, infraestruturas de apoio como incubadoras, pólos e parques tecnológicos. Tendências, experiências e estudos empíricos nos campos da inovação e do empreendedorismo. Cases inspiradores de sucesso.</p>					

4. Objetivos – Geral e Específicos	
<p>I – GERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estimular e desenvolver a capacidade empreendedora, dando ênfase ao perfil do empreendedor, apresentando técnicas de identificação e aproveitamento de oportunidades, na aquisição e gerenciamento de recursos necessários ao negócio, estimulando a criatividade, a aprendizagem pró-ativa e a inovação. <p>II – ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar o estudante na reflexão, desenvolvimento e elaboração de seu projeto de carreira, como parte de sua formação profissional; • Promover o autoconhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional dos estudantes; • Proporcionar ao estudante o conhecimento das características empreendedoras, a busca das oportunidades de negócios e o desenvolvimento do plano de negócios. • Debater características e perfil do empreendedor; • Desenvolver a capacidade do estudante para o instrumento de empreendedorismo Business Model Canvas; • Debater a inovação e suas relações positivas com o crescimento e avanço da agricultura em seu contexto amplo e diverso. 	
5. Descrição do Conteúdo/Unidades	Carga Horária
<i>NOÇÕES DE LIDERANÇA: Líderes e seguidores; Poder e liderança; Abordagens para o entendimento da liderança; Perspectivas contemporâneas da liderança.</i>	<i>Teoria - 1 hora Prática - 1 hora</i>
<i>AS NOVAS RELAÇÕES E PARADIGMAS: Formar empreendedores, e não empresas; Características comportamentais do empreendedor; Avaliação do perfil empreendedor; Atividade empreendedora e a motivação realizadora.</i>	<i>Teoria - 2 horas Prática - 2 horas</i>
<i>MÉTODOS: Como desenvolver empreendedores; O que aprender; Como aprender; Os instrumentos metodológicos; A legislação.</i>	<i>Teoria - 5 horas Prática - 5 horas</i>
<i>O PROCESSO INOVADOR: Análise de cenários e de tendências; Desenvolvimento da capacidade de negociação e construção da rede de relações; Estratégias de marketing.</i>	<i>Teoria - 3 horas Prática - 3 horas</i>
<i>GERAÇÃO DAS IDÉIAS E DECISÕES: Identificação de oportunidades de negócios; Avaliação de ideias de negócios; Conceituando o negócio; Prospecção de linhas de financiamento e de editais de incentivo à inovação.</i>	<i>Teoria - 3 horas Prática - 3 horas</i>
<i>SEGUINDO O EXEMPLO. Estudos de casos (cases) de empreendedores de sucesso.</i>	<i>Teoria - 2 horas Prática - 2 horas</i>
6. Metodologia de Ensino	
<i>Aulas expositivas e dialogadas, debates, estudos de grupo, palestras com profissionais convidados(as) nas quais poderão ser utilizados como recursos didáticos: multimídia, computador, ambiente virtual de aprendizagem, pesquisa bibliográfica, entre outros que se fizerem necessários.</i>	

7. Atividades Discentes

Atividades acadêmicas desenvolvidas sob orientação, supervisão e avaliação dos docentes e/ou responsáveis realizadas pelos discentes em horário diferente ou mesmo durante as aulas teóricas e aulas práticas. Estas atividades poderão incluir: estudos dirigidos, trabalhos individuais, trabalhos em grupo, desenvolvimento de projetos, atividades de campo, oficinas, pesquisas, estudos de casos, seminários, desenvolvimento de trabalhos acadêmicos, dentre outras. Participação nas aulas práticas (presença e desenvolvimento de atividades) e participação nas discussões e postagens nos ambientes virtuais.

8. Avaliação

A aprovação dar-se-á por nota final, proveniente de avaliações realizadas ao longo do semestre letivo e por frequência. Considerar-se-á aprovado na disciplina o estudante que tiver frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento). O trabalho final esperado no semestre é um 'pitch' de até, no máximo, dez (10) minutos explicando todos os detalhes do negócio idealizado durante a disciplina seguindo modelos apresentados.

9. Bibliografia Básica e Complementar

9.1. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. 440 p. Número de chamada: 658.4012 D317e (BCT) (BCSO)

PESCE, B. **A menina do vale: como o empreendedorismo pode mudar a sua vida.** [Rio de Janeiro]: [Olmets Group], 2012. 84 p. Disponível em: <<http://www.repositoriobib.ufc.br/00000D/00000D70.pdf>>. Número de chamada: 658.421 P562m

SANTOS, A. M.; ACOSTA, A. **Empreendedorismo: teoria e prática.** Caçador, SC: UNIARP, 2011. 178 p. Número de chamada: 658.42 S233e (BFEEAC)

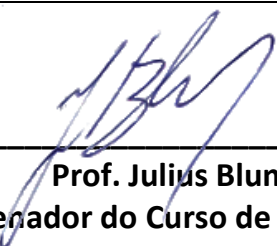
9.2. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa.** 2. ed. São Paulo, SP: Cultura, 2006. 301 p. Número de chamada: 658.42 D682s 2.ed. (BEAC) Endeavor Brasil. Disponível em <<https://endeavor.org.br/>>. Acesso em 05 de abril de 2017.

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. (Org.). **Empreendedorismo estratégico.** São Paulo, SP: Cengage Learning, 2008. 251 p. Número de chamada: 658.406 E45 (BCQ) (BCCR)

GERBER, M. E. **Sua ideia vale um negócio? Como planejar e começar seu projeto vencedor.** São Paulo: Gente, 2011. 114 p. Número de chamada: 658.11 G315s (BPGE)

HISRICH, R. D. **Empreendedorismo.** 9. ed. Porto Alegre, RS: AMGH, 2014. 456 p. Número de chamada: 658.421 H578e 9.ed. (BCR) (BFEEAC) (BCQ)



Prof. Julius Blum
Coordenador do Curso de Agronomia
Siape: 1932679