

DISCIPLINA: Gestão de Pequenas Empresas	SEMESTRE: 2016/2
CATEGORIA: OBRIGATÓRIA	CARGA HORÁRIA: 72h
PROF.: Fernanda Mayer dos Santos Souza	PERÍODO: 6º

EMENTA:

Natureza da pequena empresa. Teoria e prática para iniciar uma pequena empresa. Oportunidades para empreendimentos. Plano de negócios, gestão de pequenas empresas, ambiente social e legal

OBJETIVOS GERAIS:

- Conhecer a natureza da pequena empresa.
- Identificar o tipo de negócio.
- Reconhecer a importância do Plano de Negócio.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Compreender e conhecer as linhas de créditos disponíveis no mercado
- Entender os desafios à sobrevivência dos pequenos negócios.
- Conhecer os trâmites legais para abrir uma empresa.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Pequena Empresa (Componente Vital da Economia)

- 1.1. Definição de pequena empresa
- 1.2. O registro de fracasso da pequena empresa
- 1.3. Vantagem Competitiva
- 1.4. Oportunidades de iniciar ou comprar uma pequena empresa
- 1.5. Franchising
- 1.6. Oportunidades de empresas familiares

2. Empreendedorismo

3. Liquidez da Pequena Empresa

- 3.1. O ciclo do capital de giro
- 3.2. Administrando o fluxo de caixa
- 3.3. Administrando contas a pagar
- 3.4. Administrando contas a receber
- 3.5. Administrando estoques
- 3.6. Orçamento de capital

4. Criando um Plano Formal de Negócios

- 4.1. A necessidade de um plano de negócios
- 4.2. Como preparar um plano de negócios
- 4.3. Conteúdo de um plano de negócios
- 4.4. Elaboração de um plano de negócios.

METODOLOGIA:

Buscar-se-á desenvolver em primeiro lugar o interesse do aluno, procurando sempre criar vínculos dos conceitos apresentados com situações rotineiras vivenciadas e expostos no mercado de trabalho e na vida pessoal. Isso implica no uso de casos práticos, com aulas expositivas, debates e trabalhos de pesquisa.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:

- 1º Avaliação Bimestral – 10 pontos
- 2º Avaliação Bimestral - 10 pontos
- Exercícios avaliativos - 4 pontos (2º bimestre)
- Criação de uma empresa – 3 pontos (2º bimestre) - Atividade extraclasse – 12:00/aula
- Prova Integrada 3 - pontos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALYRIO, Rovigati Danilo; ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; MACEDO, Marcelo Alvaro da Silva. **Princípios de negociação: ferramentas e gestão**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão/ fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2012

BURMESTER, Haino. Manual de gestão: organização, processos e práticas de liderança. São Paulo: Saraiva, 2012.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

AMBRÓSIO, Vicente. **Plano de Marketing passo a passo**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 1999.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmica**. São Paulo: Atlas, 2003.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. – Edição do Milênio. 10ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LONGENECKER, J.G. & MOORE, C.W. & PEETY, J.W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Mackron, 1997 e 2004.

LUCATO, Wagner Cezar. A gestão da pequena e média empresa com dificuldades financeiras. São Paulo: Artliber, 2013.