



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR
TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input type="checkbox"/> ELETIVO	<input checked="" type="checkbox"/> OPTATIVO
--------------------------------------	----------------------------------	--

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
DIND0124	SOCIEDADE - EMPREENDEDORISMO	30	30	3	60	

Pré-requisitos	nenhum	Co-Requisitos	nenhum	Requisitos C.H.	nenhum
----------------	--------	---------------	--------	-----------------	--------

EMENTA

O ser humano, os objetivos organizacionais e individuais da tecnologia de empreender e produzir produtos e serviços. Sua capilaridade nas atividades desenvolvidas nas diversas áreas de uma organização, as suas variantes. A importância do acompanhamento das atividades de treinamento e desenvolvimento na organização. Ter aplicabilidade para Idéias e Oportunidades. Como organizar a realização em um projeto. Executar a análise da oportunidade e o plano de negócio. Conhecer o perfil dos empreendedores brasileiros os fatores de mortalidade das empresas brasileiras. Identificar as características do indivíduo empreendedor, o cenário onde se insere um processo criativo e inovador conotado por características empreendedoras e operacionalizar pro-ativamente a idéia, consolidando os pilares de apoio de um processo empreendedor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Empreendedorismo – história, conceitos e definições
 Cenário operativo, sociedade e economia
 A evolução do design (inovação X invenção)
 Empreendedor e o empreendedorismo – Design e a competitividade
 O Intra-empendedor.
 Perfil do empreendedor e as comunidades com o designer
 Idéias X oportunidades. A operacionalização e a ferramenta de gestão de projetos- PMI.
 Análise da oportunidade e o empreendedorismo
 Perfil dos empreendedores brasileiros .
 Fatores de mortalidade das empresas brasileiras
 Plano de Negócios

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BURDEK, Bernhard E. Design: historia, teoria e prática do design de produtos . Sao Paulo: E. Blucher, 2006.
 MARTINS, Rosane Fonseca de Freitas. A gestao de design como estrategia organizacional. 2. ed. Londrina, PR: EDUEL, 2011.
 ESCOREL, Ana Luisa. O efeito multiplicador do design. 3.ed. São Paulo: SENAC, 2004.
 MUNARI, B. Design & Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didatica. Sao Paulo: Martins Fontes, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

21 GRANDES designers: & suas mentes criativas . Sao Paulo: Edicoes Rosari, 2011.
 BRUNNER, Robert; EMERY, Stewart. Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa. São Paulo: M.Books do Brasil, 2010.
 CUTOLO, Giovan. O hedonista virtuoso: criatividade mercantil e projeto de consumo. Sao Paulo: Perspectiva, 2012.
 REIS, Ana Carla Fonseca IMPRENSA OFICIAL DO ESTADO (SP). O Negocio do design. Sao Paulo: Objeto Brasil, Imprensa Oficial, 2010.
 TRUNCK. Viver de design. 5. ed. atual. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

Núcleo de Design e Comunicação

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

Bacharelado em Design

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



Emitido em 10/09/2020

EMENTA Nº 689/2020 - SECGC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 14/09/2020 10:01)

LUCAS JOSE GARCIA

COORDENADOR

1138533

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
689, ano: **2020**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **10/09/2020** e o código de verificação: **2c498a212b**