CURSO: Bioquímica

Turno: Integral

INFORMAÇÕES BÁSICAS

Currículo 2010	**Unidade curricular** Administração e Empreendedorismo		**Departamento** Campus Centro-Oeste Dona Lindu
Período 7°	**Carga Horária**		**Código CONTAC** BQ - 052
	Teórica 72 horas/aulas	**Prática** -	**Total** 72 horas/aulas
Tipo Obrigatória	**Habilitação / Modalidade** Bacharelado	**Pré-requisito** -	**Co-requisito** -

EMENTA

Introdução à Teoria Geral da Administração. Abordagem clássica e administração. As funções do administrador e o processo administrativo. Empreendedorismo e espírito empreendedor. Habilidades, atitudes e características dos empreendedores. Início e ciclo de vida de uma empresa. Oportunidades de negócios. Identificação, seleção e definição do negócio. Elementos essenciais para iniciar um novo negócio: o plano de negócio. Estratégias básicas de marketing. Estratégias de gerência da informação: Propriedade Intelectual; Patentes.

OBJETIVOS

Compor o conhecimento do aluno de Bioquímica no que diz respeito aos princípios básicos da Administração e Empreendedorismo. Objetivos específicos:

- Conhecer as diferentes abordagens, teorias e conceitos acerca da Administração;
- Estudar casos vivenciados por organizações.
- Despertar o raciocínio empreendedor e inovador;
- Desenvolver iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa e senso crítico do aluno.
- Estimular comportamento e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar planos de negócios e projetos em organizações.
- Conhecer as principais estratégias de gerência da informação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Apresentação da disciplina. Panorama de negócios no Brasil.
- Introdução à Teoria Geral da Administração.
- Abordagens Clássica e Científica da Administração.
- Abordagem Humanística e Neoclássica da Administração.
- Apresentação de Cases.
- Recursos Humanos I.
- Recursos Humanos II.

- Estratégias básicas de marketing pessoal.
- Estratégias básicas de marketing pessoal II.
- Estratégias de gerência da informação: Propriedade Intelectual; Patentes.
- Empreendedorismo e espírito empreendedor.
- Elementos essenciais para iniciar um novo negócio.
- Plano de negócios.
- Incubadora de empresas.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

O processo ensino-aprendizagem será avaliado por meio de Prova Teórica (20%); Estudos de Casos e Trabalhos individuais no formato EaD (Ensino a Distância) (20% dos pontos); Elaboração de Estratégias de Marketing Pessoal (30%), Elaboração de Plano de negócios (30%).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. Rio de Janeiro-RJ. 7a Edição, Editora Campus Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos humanos o capital humano das organizações. Rio de Janeiro-RJ. 7a Edição, Editora Campus Elsevier, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DAFT, Richard L. Administração; São Paulo, SP : Editora Thomson, 2007.

ANDRADE, Rui Otávio. Teoria geral da administração: das origens as perspectivas contemporâneas. São Paulo: M Books, 2006.

ROBBINS, Stephen P. Administração: Mudanças e perspectivas. S. Paulo, Saraiva, 2000.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 2005.

KNIGHT, H. Jackson Patent Strategy: For Researchers and Research Managers. Wiley; 2 edition, 2001.

SERAFINI, Luciana Atti, Neiva M. Barros, João L. Azevedo Biotecnologia – Avanços na Agricultura e na Agroindústria, EDUCS, 2002.

CHAGAS, Ediney Neto; MUNIZ, José Norberto. Propriedade Intelectual e Pesquisa nas Instituições Públicas de Ensino Superior. Editora UFV, 2006.