

## Anexo II – Resolução nº 133/2003-CEPE

### UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

#### PLANO DE ENSINO - PERÍODO LETIVO/ANO 2017

**Programa:** Mestrado profissional em Tecnologias, Gestão e Sustentabilidade

**Área de Concentração:** Tecnologia e Gestão

**Mestrado ( X )**                      Doutorado ( )

**Centro:** Centro de Engenharia e Ciências Exatas (CECE)

**Campus:** Foz do Iguaçu

#### DISCIPLINA

Código	Nome	Carga horária		
		AT <sup>1</sup>	AP <sup>2</sup>	Total
	Empreendedorismo e Marketing Sustentável	45		

(<sup>1</sup> Aula Teórica; <sup>2</sup> Aula Prática)

#### Ementa

Empreendedorismo: Estabelecimento de Metas e Objetivos, Ideias e Oportunidades, Criatividade, SWOT e os fatores ambientais fomentadores da atividade empreendedora; Intraempreendedorismo; Empreendedorismo Social e Ambiental nas Organizações e tendências em empreendedorismo. Marketing: Histórico, Composto e Fundamentos Sociais, Tipologias, Pesquisa, Ambientes/Sistema, Plano, Imagem, Marca, Segmentação, Meta, Posicionamento, Comportamento do Consumidor, Promoção e Comunicação Integrada de Marketing, Marketing Sustentável/Verde, Rotulagem ambiental, Mercado verde.

#### Objetivos

##### GERAL

- Sensibilizar os acadêmicos sobre a importância do empreendedorismo e marketing sustentável nas organizações e sociedade

##### ESPECÍFICOS

- Reconhecer os principais problemas ambientais em sua relação com as atividades humanas, especificamente do empreendedorismo e marketing sustentável;
- Demonstrar os principais conceitos, teorias e planejamento relacionados ao empreendedorismo e marketing;
- Discutir cases relacionados às temáticas norteadoras;
- Desenvolver no aluno a capacidade de construir e avaliar um Business Plan com Pesquisa de Mercado, bem como todas as variáveis que esse documento abarca - questões estratégicas, de mercado, de recursos, de viabilidade mercadológica, financeira (sustentável) bem como a relevância dessas ferramentas para a viabilidade e gestão administrativa do negócio (especialmente das pequenas empresas); e
- Estimular a capacidade crítico-reflexiva através da elaboração dos trabalhos propostos, especialmente na elaboração de um artigo científico com pesquisa aplicada.

## Conteúdo Programático

Empreendedorismo:  
Conceitos e Histórico;  
CCEs (Características Comportamentais dos Empreendedores);  
Perfil do administrador e o administrador empreendedor;  
Plano de negócios (Descrição do Negócio, Plano Estratégico, Plano de Marketing (Pesquisa em Marketing), Plano Operacional e Plano Financeiro);  
Intraempreendedorismo;  
Estabelecimento de Metas e Objetivos, Ideias e Oportunidades, Criatividade;  
Empreendedorismo Social e Ambiental nas Organizações;  
Tendências e cases de estudo de empreendedorismo;

Marketing:  
Fundamentos Sociais e Histórico;  
Conceitos e tipologias;  
Sistema Mercadológico;  
Segmentação;  
Composto mercadológico (7 Ps);  
Ambientes/Sistema de Marketing;  
Imagem, Marca, Segmentação, Meta e Posicionamento;  
Comportamento do consumidor;  
Marketing Place;  
Promoção e Comunicação Integrada de Marketing;  
Marketing Sustentável/Verde, Rotulagem ambiental, Mercado verde; e  
Tendências e Cases de Marketing;

## Atividades Práticas INDIVIDUAIS

Discutir estudos (Dissertações, teses, livros e documentários) acerca do empreendedorismo, marketing e sustentabilidade no cenário atual;  
Elaborar *Business Plan* com Pesquisa de Mercado Primária para uma empresa existente;  
Desenvolver artigo científico acerca dos temas propostos

## Metodologia

- Aulas teóricas expositivas, com o auxílio do quadro de giz e recursos audiovisuais;
- Seminários desenvolvidos pelos acadêmicos (Livros, Dissertações, Teses e Documentários);
- Discussão e apresentação de artigos científicos;
- Debates, estudos dirigidos e Dinâmicas;

## Avaliações

(critérios, mecanismos, instrumentos e periodicidade)

Consistirá nas avaliações (com valor de zero a 100 pontos):  
1 – Apresentação de seminário acerca de temas correlatos à disciplina; (Peso 2)  
2 – Elaboração e apresentação de um Business Plan, com Pesquisa de Mercado Primária (Peso 3); e  
3 - Elaboração e apresentação de um artigo científico com temas/problemas correlatos à disciplina (Peso 5)

## Bibliografia básica

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo** - Administração. Bookman, 2009.  
COBRA, M. **Estratégias de marketing de serviços**. São Paulo: COBRA, 2001.  
DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo** - transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001, 4. ed.

- DORNELAS, J. **Empreendedorismo para Visionários** - Desenvolvendo Negócios Inovadores para um Mundo em Transformação. LTC, 2013.
- DIAS, R. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. Atlas, 2007.
- HISRIC, R.D.; PETERS, M. P.; SHEPERD, D. A. **Empreendedorismo**, 9. ed. AMGH, 2014.
- KOTLER, P. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 2000.
- KEEGAN, W.; GREEN, M.C. **Marketing Global** - 1 ed. Saraiva, 2009.
- \_\_\_\_\_, **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- MARIANO, O.; MAYER, V.F. **Empreendedorismo - Fundamentos e Técnicas para Criatividade**. LTC, 2010.
- MIDDLETON, V.T.C. **Marketing de turismo: teoria e prática**. RJ: Elsevier, 2002.
- MORAIS, C. **Atitudes de empreendedores: os surpreendentes segredos dos empreendedores**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- RODRIGUES, S. S. **REVISTA do CCEI**. Atividade empreendedora e o crescimento econômico uma análise comparativa de Brasil e Índia. v.16, n.29, març. 2012, p. 106-117.

### Bibliografia complementar

- ASWORTH, G.; VOOGD, H. **Selling the City: marketing approaches in public sector urban planning**. London and New York: Belhaven Press, 1991.
- Barbieri et al (2010) **Inovação E Sustentabilidade: Novos Modelos E Proposições**. RAE - Revista de Administração de Empresas. Vol.50, nr.2, pp.146-154.
- BATESON, John E. G. **Managing services marketing: text and readings**. 3rd ed. Fort Worth, Texas: Dryden, 1995.
- BAUDRILLARD, J.. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Ed. 70, 1991.
- BENTIVEGNA, F. J. **Fatores de Impacto no Sucesso do Marketing Boca a Boca on line**. São Paulo, RAE – Revista de Administração de Empresas, v. 42,n.1, p.79-87, jan/mar 2002.
- BERLO, D. K. **O processo da comunicação: introdução à teoria e a prática**. Tradução Jorge Arnaldo Fontes. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1985.
- BERNARDI, L.A. **Manual de empreendedorismo: Fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1ª ed. São Paulo.
- BLACKWELL, R. D., MINIARDI, P. W.; ENGEL, J.F. (2005). **Comportamento do Consumidor**. Trad. Eduardo T. Ayrosa, 9. ed. São Paulo: Thomson.
- BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- \_\_\_\_\_, **A economia das trocas simbólicas**. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1998
- BUENO, W. C. **Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica**. São Paulo: All Print, 2005.
- CALDAS, G. – **Leitura Crítica da Mídia: Educação para a Cidadania**. CLC – Centro de Linguagem e Comunicação. PUC Campinas – Comunicarte, n.25, p.133-143.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- CASTOR, Belmiro Valverde Jobim. **O Brasil não é para amadores: Estado, Governo e Burocracia na terra do jeitinho**.
- CHIAVENATO, I., **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- CHRISTENSEN, M. C.; RAYNOR, M. E. **O Crescimento pela Inovação: Como crescer de forma sustentada e reinventar**. Curitiba: Ebel.2000.
- COHEN, William A. **Marketing Plan**. Hoboken, USA: John Wiley & Sons, 2006.

- Comini, G. 2011. **Negócios Sociais e Inclusivos**: um panorama da diversidade conceitual. In: Ashoka, Mapa de Soluções Inovadores. São Paulo.
- CURRY, David J. **The new marketing research systems: how to use strategic database information for better marketing decisions**. New York. John Wiley & Sons, Inc., 1994.
- DAHLSTROM, R. **Gerenciamento De Marketing Verde**
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa**. São Paulo: Cultura Editora Associados, 2002, 10. ed.
- ENGEL, J.; BLACKWELL, R. & MINARD, P. W. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 1995.
- FELIX, J.A.B., BORDA, G.Z. **Gestão da Comunicação e Responsabilidade Socioambiental - Uma Nova Visão de Marketing e Comunicação para o Desenvolvimento Sustentável**
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: ATLAS, 1999.
- GRÖNROOS, C. **The relationship marketing process: communication, interaction, dialogue, value**. *Journal of Business & Industrial Marketing* Volume 19 • Number 2 • 2004 • pp. 99-113.
- HARRIS, Susan M.. **-Does sustainability sell? Market responses to sustainability certification**. *Management of Environmental Quality: An International Journal*. 2007, 18(1), p50. (AE)
- Hart, S.; Milstein, M. **Criando Valor Sustentável**. *Revista de Administração de Empresas – RAE Executivo*, v.3, nº 7, p. 65-79, maio/junho 2004.
- HIRSCH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004
- JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 1994.
- JOWETT, G.; O'DONNELL, V. E O'DONNELL, V. **Propaganda and Persuasion**. London: Sage Publications, 1989.
- KIM, C.; MAUBORGNE, R. **Blue Ocean Strategy**, *Harvard Business Review*, pp. 76-85, Oct.
- KOTLER, P.; HAIDER, D. H. e RAIN, I. **Marketing Público: Como atrair investimentos, empresas e turismo para as cidades, regiões e países**. São Paulo: Makron Books, 1994.
- \_\_\_\_\_. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle, 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- \_\_\_\_\_. BOWEN, John e MAKENS, J. **Marketing for Hospitality & Tourism**. *United States of America: Prentice-Hall, 1996*.
- \_\_\_\_\_. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1993.
- KOZEL, S.; COSTA SILVA, J.; GIL FILHO, S. F.(orgs.) Da percepção & Cognição à Representação: **Reconstruções Teóricas da Geografia Cultural e Humanista**. São Paulo: Terceira Margem; Curitiba: NEER, 2007.
- LAPOLLI, E.M., ROSA, S.B. **Empreendedorismo e Desenvolvimento Sustentável**
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de varejo**. São Paulo, Atlas, 1992.
- MCNEAL, J. U. **The Child Consumer: A New Market**. *Journal of Retailing*, Vol. 45 (2), 1969.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1986
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. ed. comp. São Paulo: Atlas, 1996.
- McQUAIL, D. **Teoria das Comunicações de Massa**. Editora Gulbenkian: Lisboa, 1991.
- MENDONÇA, J. R. C., BARBOSA, M. L. A. & DURÃO, A. F. Fotografias como recurso de pesquisa em marketing: o uso de métodos visuais no estudo de organizações de serviços. IN: **RAC – Revista da Administração Contemporânea**, v. 11, n. 3. Jul./Set. 2007: 57-81.
- MONZÓN, A.C. **Opinión pública, Comunicación y política: la formacion del espacio publico**. Editorial Tecnos: Madrid, 1996.
- MOUTINHO, D. A. **Manual da Pesquisa de Mercado**. Rio de Janeiro: CNI, 1987.

OTTOMAN, J.A. **As Novas Regras do Marketing Verde: Estratégias, Ferramentas e Inspiração para o Branding Sustentável**

PAGLIUCHI DA SILVEIRA, R. C. **A construção imagética da cultura no discurso publicitário**. PUC, 2005.

PORTER, Michel E., **Vantagem Competitiva**, Editora Campus. 1985.

PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R.. **Strategy & Society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility**. Harvard Business Review, December 2006, p1.

PRAHALAD, C. K.; NIDUMOLU, Ram; RANGASWAMI, M.R. **Why sustainability is now the key driver of innovation**. Harvard Business Review, September 2009.

SÁ, R. B. V. **A Imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva**. São Paulo: Aleph, 2002.

SÁNCHEZ, F. A (in)sustentabilidade das cidades-vitrine. In: ACSELRAD, Henri (org.). **A duração das cidades: Sustentabilidade e risco nas políticas urbanas**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001, p. 155-175.

\_\_\_\_\_, **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2003b.

SCHUMPETER, Joseph. "O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico". In A Teoria do Desenvolvimento Econômico. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985

TIGRE, P. B. **Gestão da Inovação**. 2ª Tiragem. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

TUAN, Y. F. **Espaço e lugar**. São Paulo: Difel, 1983.

\_\_\_\_\_. **Paisagens do medo**. São Paulo: Ed. UNESP, 2005.

\_\_\_\_\_. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores de meio ambiente**. São Paulo: Difel, 1983

WARD., S. & GOLD, J. **Place promotion: the use of publicity and marketing to sell towns and regions**. Nova York: John Wiley & Sons, 1994.

Weinstein, Art, **Segmentação de Mercado**, Editora Atlas, SP, 1995.

WELlichan RAMOS, A. **A Cidade como negócio: aspectos da atuação do setor imobiliário e da relação público-privado na barra funda e na água branca (município de São Paulo)**. Tese de doutorado, pós-graduação em Geografia Humana, do departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da US, 2006.

WESTWOOD, John. **O Plano de Marketing**. São Paulo. Makron Books. 1997.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editora Presença, 1985.

ZEITHAML. V., BITNER, M. J. **Marketing de serviço: a empresa com foco no cliente** (2a ed.). Porto Alegre: Bookman, 2003.

[www.empreendedor.com.br](http://www.empreendedor.com.br)

[www.espm.br](http://www.espm.br)

[www.ibmec.br](http://www.ibmec.br)

[www.planodenegocios.com.br](http://www.planodenegocios.com.br)

[www.portalinovacao.mct.gov.br](http://www.portalinovacao.mct.gov.br)

[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

[www.survio.com.br/modelos-de-pesquisa](http://www.survio.com.br/modelos-de-pesquisa)

#### Docente

Eduardo Hack Neto
-------------------

Data

/

/

Assinatura do docente responsável pela disciplina

### Colegiado do Programa (aprovação)

Ata nº       , de       /       /       .
Coordenador: _____ assinatura

### Conselho de Centro (homologação)

Ata de nº       , de       /       /       .
Diretor de Centro: _____ assinatura

Encaminhada cópia à Secretaria Acadêmica em:       /       /       .

\_\_\_\_\_  
Nome/assinatura

Nº	Data	Conteúdos/Aulas <sup>1</sup>
1		Apresentação (Acadêmicos e Professor, Conteúdo Programático, Método, Avaliações e Bibliografias)
2		- Plano de negócios (Descrição do Negócio, Plano Estratégico, Plano de Marketing (Pesquisa de Marketing), Plano Operacional e Plano Financeiro); - Tendências e cases de estudo de empreendedorismo <sup>2</sup>
3		- CCEs (Características Comportamentais dos Empreendedores); - Tendências e cases de estudo de empreendedorismo
4		- Conceitos e Histórico; - Perfil do administrador e o administrador empreendedor; - Intraempreendedorismo; - Tendências e cases de estudo de empreendedorismo
5		- Estabelecimento de Metas e Objetivos, Ideias e Oportunidades, Criatividade; - Tendências e cases de estudo de empreendedorismo
6		- Empreendedorismo Social e Ambiental nas Organizações; - Tendências e cases de estudo de empreendedorismo
7		- Fundamentos Sociais e Histórico; - Conceitos e tipologias; - Tendências e Cases de Marketing
8		- Ambientes/Sistema de Marketing; - Segmentação/Meta e Posicionamento; - Tendências e Cases de Marketing
9		- Composto mercadológico (7 Ps); - Imagem e Marca; - Tendências e Cases de Marketing
10		- Comportamento do consumidor; - Marketing Place/Público/de Destino; - Tendências e Cases de Marketing
11		- Promoção e Comunicação Integrada de Marketing; - Tendências e Cases de Marketing

<sup>1</sup> A ordem destes conteúdos pode/deve mudar de acordo com as necessidades da disciplina. Todas as semanas previamente, serão indicadas literaturas/materiais que embasarão os conteúdos seguintes.

<sup>2</sup> Conteúdos diários dos itens “tendências” – seja no campo de empreendedorismo ou marketing - estão descritos no quadro abaixo;

12	- Marketing Sustentável/Verde, Rotulagem ambiental e Mercado verde; - Tendências e Cases de Marketing
13	- Apresentação <i>Business Plan</i> com Pesquisa de Marketing aos Empresários (Evento);
14	- Apresentação Artigo Científico e discussão dos resultados;
15	- Apresentação Artigo Científico e discussão dos resultados;

Documentários, Teses e Dissertações de Empreendedorismo	Documentários, Teses e Dissertações de Marketing
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Vai que dá</u></li> <li>2. <u>Como Steve Jobs Mudou o Mundo</u></li> <li>3. <u>Quem se importa?</u></li> <li>4. <u>Happy</u></li> <li>5. <u>The StartUp Kids</u></li> <li>6. <u>Zeitgeist</u></li> <li>7. <u>Something Ventured</u></li> <li>8. <u>Press Pause and Play</u></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>The Century of Self</u></li> <li>2. <u>Consuming Kids</u></li> <li>3. <u>Terráqueos</u></li> <li>4. <u>De la Servitude Moderne</u></li> <li>5. <u>O Olhar Estrangeiro</u></li> <li>6. <u>Marketing of Madness</u></li> <li>7. <u>Comercial</u></li> <li>8. <u>Arquitetos do Poder/ Mein Kampf.</u></li> </ol>
<p>3-Microcrédito como ferramenta de combate à pobreza e inclusão social: um estudo de caso do Projeto Amazônia Florescer (FGV);</p> <p>3- Bancos comunitários de desenvolvimento como instrumento de Políticas Públicas: o caso do Banco Cidade de Deus – Rio de Janeiro/RJ (FGV);</p> <p>1/2/5-Carreira dos jovens executivos: Competências em destaque para a posição de gerência em seis Organizações nacionais de Grande Porte em diferentes segmentos (FGV);</p> <p>4/6- Convergências, divergências e silêncios: o discurso contemporâneo sobre o empreendedorismo nas empresas Juniores e na mídia de negócios (FGV);</p> <p>1 - Contribuições as Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMES): um Estudo sobre a adoção de práticas administrativas, e sua relação com o porte e a lucratividade (USP);</p> <p>1 – Spin Offs Universitárias de Sucesso: um estudo multicase de empresas originárias da Escola Politécnica da USP e da COPPE da UFRJ (USP);</p> <p>1/5 - Investidor Anjo: Uma análise dos critérios de decisão de investimento em Startups (USP);</p> <p>3 - Empreendedorismo Social e Promoção do Desenvolvimento Local (USP);</p> <p>3 – Competências dos Empreendedores Solidários (USP);</p> <p>2 – Comportamento do Empreendedor e suas influências no processo de criação e no desempenho da empresa (USP);</p> <p>4/6 – Brasileiros e o Trabalho em Casa: Perfil e escolhas do trabalhador (USP);</p> <p>4 – Instituições e Empreendedorismo: diferentes regras para um mesmo jogo (USP);</p>	<p>1, 4 - <u>Responsabilidade social e Dimensões sociais do marketing: o Estudo de caso Furnas (FGV);</u></p> <p>8 - <u>O Eleitor, o Político e o Marketing Político – o Bom, o Mau e o Feio (FGV);</u></p> <p>3 - <u>Investimento na preservação do meio ambiente no setor de cosméticos: relevância atribuída pelos clientes de o boticário e sua percepção quanto à conduta da empresa;</u></p> <p>3 - <u>Conhecimento e afeto ecológico (FGV); antecedentes do consumo ecológico (FGV);;</u></p> <p>2/6/7 - <u>Propaganda enganosa e persuasão: reação do consumidor e proposta de Políticas Públicas (FGV);</u></p> <p>- <u>Uso de Informações do BIG DATA na gestão de crise de marca (USP);</u></p> <p>3 – <u>Macromarketing, Marketing Social e o processo de marketing em uma organização não governamental; um estudo exploratório (USP);</u></p> <p>- <u>Utilização de Gamification em um sistema de informação: estudo de caso da Natura Cosméticos SA (USP);</u></p> <p>- <u>O uso de Mídias Sociais pelo mercado B2B com foco no Marketing de Relacionamento;</u></p> <p>- <u>Marketing e Sustentabilidade: Sinergias e Lacunas (USP);</u></p> <p>7/2 - <u>Extensões de Marca: um estudo de caso (USP);</u></p> <p>5 - <u>Marketing de Lugares: Estudo de Impactos do recife artificial multifuncional (USP);</u></p> <p>- <u>O Marketing no Brasil: sua história e evolução (USP);</u></p> <p>- <u>Métricas para o Accountability em marketing: uma análise em empresas da indústria farmacêutica (USP);</u></p> <p>- <u>Cocriação de valor no relacionamento empresa-cliente: um estudo exploratório (USP);</u></p> <p>- <u>Resultados de Marketing de Relacionamento: Proposição de Modelo por meio de Mapeamento Cognitivo (USP);</u></p> <p>3 - <u>Consumo Consciente: Compreensão e Práticas do Consumidor (USP);</u></p>

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Marketing de Serviços para o Mercado de Idosos: Um estudo de moradias especializadas (USP);</li><li>- Medição de Desempenho em Marketing: proposta de aplicação no setor hoteleiro (USP);</li><li>- O uso de cenários em marketing (USP);</li></ul>
--	---