

PLANO DE ENSINO
Ficha nº 2

Disciplina: Lingüística Aplicada ao Tratamento da Informação

Código: SIN 042

Departamento ministrante: Ciência e Gestão da Informação

Curso: Gestão da Informação

Válido para o ano de: 2003

(x) 1º semestre

() 2º semestre

Carga horária semanal: 03 horas

Créditos: 03

Aulas: 45 teóricas 00 práticas

00 estágio

Total: 45 horas

Turma(s): A

Horário(s): Qua 07:30 às 10:30 h

Pré-requisitos:

Co-requisitos:

EMENTA:

Contribuições dos estudos lingüísticos ao processamento informacional. Enfoques interdisciplinares de semântica, pragmática, morfologia, sintaxe e lingüística textual como insumos teóricos e operacionais. Recortes selecionados de lexicologia/lexicografia e estudos terminológicos. As modernas indústrias da língua com vistas à documentação e informação.

EMPREENDEDORISMO: CARACTERÍSTICAS; NOVOS NEGÓCIOS: SITUAÇÃO ATUAL NO BRASIL DE ALAVANCAGEM DE NEGÓCIOS, POR NECESSIDADE E POR OPORTUNIDADE; FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO E OPORTUNIDADES EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA; PLANO DE NEGÓCIOS: FORMATAÇÃO, METODOLOGIA UTILIZADA; CASOS DE SUCESSO; APLICAÇÃO DE METODOLOGIA EM UM PROJETO DE NOVO NEGÓCIO RELACIONADO À GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Programa (itens de cada unidade didática):

1.	INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO: PERFIL DO EMPREENDEDOR	2 HORAS (EXPOSITIVAS)
2.	MERCADO ATUAL BRASILEIRO DE GERAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	2 HORAS (EXPOSITIVAS)
3.	FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DE EMPRESAS, CAUSAS DE MORTALIDADE DE EMPRESAS	2 HORAS (EXPOSITIVAS)
4.	O QUE É PEQUENO NEGÓCIO	1 HORA (EXPOSITIVA)
5.	FORMAS SOCIETÁRIAS	1 HORA (EXPOSITIVA)
6.	ABERTURA DE EMPRESAS	1 HORA (EXPOSITIVA)
7.	REGISTROS DE MARCAS	1 HORA (EXPOSITIVA)
8.	PLANO DE NEGÓCIO: ESTRUTURA BÁSICA; RESUMO EXECUTIVO; DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO; MISSÃO; VISÃO; CLIENTES; INDICADORES E FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO; MERCADO FORNECEDOR; PARCEIROS; DIFERENCIAL COMPETITIVO; TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO COMO SUPORTE ESTRATÉGICO; PROPAGANDA E COMERCIALIZAÇÃO ; PREÇO X CUSTO ; CONCORRÊNCIA; INVESTIMENTOS INICIAIS; DESPESAS FIXAS; RESULTADO FINANCEIRO	10 HORAS (EXPOSITIVAS)

	PROJETADO; DESPESAS OPERACIONAIS	
9.	PLANO DE NEGÓCIOS: EXEMPLOS E ANÁLISE	4 HORAS (EXPOSITIVAS)
10.	NOVOS NEGÓCIOS: CASOS/DEPOIMENTOS DE EMPREENDEDORES; DIFICULDADES E SUCESSOS NA IMPLANTAÇÃO DE SEUS NEGÓCIOS	4 HORAS (PRÁTICAS)
11.	DESENVOLVIMENTO DE PLANOS DE NEGÓCIOS	20 HORAS (PRÁTICAS)
12.	JULGAMENTOS DOS PLANOS DE NEGÓCIOS	8 HORAS (PRÁTICAS)
13.	NEGOCIAÇÕES DOS PLANOS (E/OU VISITAS TÉCNICAS)	8 HORAS (PRÁTICAS)

Objetivos (competências do aluno):

GERAL

Estimular a capacidade empreendedora dos alunos de Gestão da Informação, através da disponibilização de informações sobre o conceito de empreendedorismo e planejamento de criação de negócios.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Gerar informações sobre: perfil do empreendedor, identificação de idéias e oportunidades em negócios relacionados a inovação tecnológica, técnicas e metodologia de formatação de planos de negócios. O aluno deverá, ao final do curso, compreender e aplicar o seu conteúdo em um plano que será avaliado por um júri convidado.

MACRO-OBJETIVOS DA DISCIPLINA:

- Pelo construtivismo, oferecer aos alunos a condição de formarem seus próprios conhecimentos e testarem as suas capacidades empreendedoras, através de um Modelo de Negócio;
- Desenvolver a capacidade empreendedora dos participantes, seja para a criação de suas empresas (empresário-empendedor), seja para uma mudança de comportamento, pela criatividade e inovação em ambientes de trabalho (empregado-empendedor);
- Fornecer oportunidades aos envolvidos, pela informação disponibilizada, de criarem Planos de Negócios e os apresentarem a sócios em potencial e investidores;
- Estimular a formação de uma rede de relações, através da qual os participantes poderão discutir seus Projetos, detectar oportunidades mercadológicas, conhecer ferramentas de apoio e promover listas de discussão sobre Empreendedorismo e Inovações na Construção Civil.

Procedimentos didáticos:

As aulas serão divididas em módulos teórico e prático. As aulas expositivas serão apresentadas dentro de visibilidades de mercado e de organização (administração/gerência), baseadas em desenvolvimentos e criação de negócios nos últimos anos e dentro de metodologia de discussão e integração com os participantes da disciplina, para que haja adequação entre suas dúvidas ou interesses e assuntos abordados em aulas. As aulas práticas terão como pilares: depoimentos de empreendedores; desenvolvimentos de projetos/planos de negócios relacionados à Gestão da Informação e seu papel no cenário organizacional.

Formas de avaliação:

O aproveitamento escolar será realizado através de três avaliações escritas envolvendo os planos de negócios e aplicações da Gestão da Informação nos segmentos de produção, além de um trabalho envolvendo Direitos Autorais e Propriedade Intelectual.

Bibliografia:

- [1] FILION, L. J. Boa Idéia! E Agora? Cultura Editores Associados, 2000.
- [2] DORNELAS, J.C.A. Empreendedorismo. Editora Campus, 2002.
- [3] BRITTO, F. , WEVER, L. Empreendedores Brasileiros. Editora Negócio, 2003.
- [4] BERNARDI, L.A. Manual do Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. Editora Atlas, 2003.

Serão utilizados, como fontes de informação, acessos a diversos sites relacionados a Empreendedorismo e Planos de Negócios, assim como Publicações diversas do SEBRAE, Revista EXAME, Revista INFO, ITPro (da Computer Society, IEEE Computational Science & Engineering e Revista PEQUENAS EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS.

Assinaturas:

Professor responsável:

Elenice Mara Matos Novak
Professora do Departamento de Informática da UFPR

Coordenador do Curso:



Laura Sánchez García

Chefe do Departamento:



Sônia Maria Breda

Obs Seguindo os encaminhamentos surgidos quando da Revisão do Projeto Pedagógico (julho e agosto de 2002) e por orientação da PROGRAD, este código foi utilizado para suprir, em tempo hábil, conhecimentos necessários à turma em questão.