



Serviço Público Federal  
Universidade Federal de Santa Catarina  
Centro Sócio-Econômico  
Departamento de Ciências da Administração



## Programa de Ensino

### 1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Instituição: Universidade Federal de Santa Catarina

Curso: Graduação em Administração

Disciplina: Empreendimentos e Modelos de Negociação

Pré-requisito(s):

Carga Horária: 72hs

Créditos: 04

### 2. EMENTA:

*O Empreendedor. Oportunidades. Conceitos Básicos de Negociação. Etapas do Processo de Negociação. Táticas. Análise de Resultados dos Empreendimentos e das Negociação.*

### 3. OBJETIVO GERAL

*Ao término do curso desta disciplina, os alunos deverão estar capacitados tecnicamente para atuar na criação, implantação, administração e revitalização de empreendimentos, utilizando como principal instrumento a negociação, tendo em mente a disposição para inovar e agindo com visão que considere os aspectos éticos e as responsabilidades sócio-ambientais na busca do lucro e de resultados sustentáveis.*

### 4. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

#### *I – Questões introdutórias*

- 1. Empreendimentos: conceitos, desafios decorrentes da mudança e da inovação;*
- 2. Dinâmica dos empreendimentos e o papel da negociação na administração de empresas;*
- 3. Alavancas dos empreendimentos: espírito empreendedor face à mudança;*
- 4. Oportunidades, cenários;*

#### *II – O empreendedor*

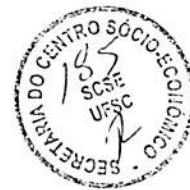
- 1. Alicerces do esforço empreendedor: motivação, comunicação e decisão;*
- 2. O empreendedor diante de limitações e oportunidades;*
- 3. Chefia e liderança ao alcance do empreendedor.*

#### *III – Oportunidades*

- 1. Idéia e criatividade;*
- 2. Inovações: adoção e difusão;*
- 3. Como fazer pesquisa de oportunidades para alimentar estudos de viabilidade econômico-financeira de empreendimentos.*

#### *IV – Negociação*

- 1. Introdução ao processo de negociação;*
- 2. Conceitos fundamentais para negociação;*
- 3. As fases da negociação;*
- 4. Táticas na negociação;*



5. *Negociação internacional;*

V – *Empreendimentos e negociação: questões contemporâneas face à globalização*

1. *Comportamento do consumidor para empreendimentos de bens de consumo e serviços;*
2. *Empreendimentos estratégicos, defesa e relações internacionais;*
3. *Empreendimentos virtuais, relação com clientes e ética.*

VI – *Análise dos resultados*

1. *Avaliação dos resultados da negociação;*
2. *Avaliação dos resultados do empreendimento;*
3. *Avaliação do desempenho do empreendedor.*

## **5. BIBLIOGRAFIA**

### **5.1 BÁSICA**

DEGEN, R.J. **O empreendedor: fundamentos de iniciativa empresarial.** São Paulo: McGraw-Hill, 1989. Textos selecionados. (Nº na B.U. para consulta: 658.012.4 D317 e)

STEELE, Paul; MURPHY, John; RUSSIL, Richard. **Negócio Fechado! A arte da negociação: como preparar, abordar, discutir, conduzir e concluir negociações importantes.** São Paulo: Makron Books, 1991.

### **5.2 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

BAZEMAN, Max H. ;NEALE, Margaret A . **Negociando racionalmente.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto. **Vamos abrir um negócio?** São Paulo: Makron Books, 1994.

CHURCHILL JR, Gilbert A .; PETER, J.Paul. **Marketing: criando valor para os clientes.** São Paulo: Saraiva, 2000.

CUNHA, Cristiano J. C de Almeida (org.); FERLA, Luiz Alberto (org.). **Iniciando seu próprio negócio.** Florianópolis, I. E. A ., 1997.

GERBER, Michael E. **O mito do empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 1990.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira.** 7ª ed. São Paulo: Harbra, 1997.

HALLORAN, James W. **Por que os empreendedores falham.** São Paulo: Makron Books, 1994.

HAPTON, David R. **Administração contemporânea.** 3ª ed. São Paulo: Makron Books, 1992.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 5ª ed., São Paulo: Atlas, 1998.

\_\_\_\_\_. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados.** São Paulo: Futura, 1999.

\_\_\_\_\_. **Administração de marketing.** 10ª ed. A edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000. Tradução de *Marketing Management: Millenium Edition, Tenth Edition 2000 by Prentice Hall, Inc.*

LEVITT, Theodore. **A imaginação de marketing.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1990, v.2.

MARTINELLI, Dante P.; ALMEIDA, Ana Paula de. **Negociação e solução de conflitos: do impasse ao ganha-ganha através do melhor estilo.** 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MAYA, Paulo César da Cunha. O curso de administração como formador de empreendedores. *Revista O Pioneiro.* Linhares (ES): dezembro, 1994, pp. 14-15.

MCCORMACK, Marck H. **A arte de vender.** São Paulo: Editora Best Seller, 1995.





- McKENNA, Regis. **Competindo em tempo real: estratégias vencedoras para a era do cliente nunca satisfeito**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- McNEILLY, Marck. **Sun Tzu e a arte dos negócios: seis princípios estratégicos para executivos**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- NEVES, Janaína Baêta. **Atitude do consumidor da terceira idade em relação ao comércio eletrônico: uma pesquisa qualitativa e quantitativa na região metropolitana da Grande Florianópolis (SC)**<sup>2</sup>. Florianópolis, 2001. Dissertação (Mestrado em Administração, área de Políticas e Gestão Institucional – Marketing). UFSC/CSE, CPGA.
- PEREIRA, H. J. ; SANTOS, S. A . **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. Brasília: SEBRAE, 1995.
- PENDERGRAST, Mark. **Por Deus, pela pátria e pela Coca-Cola: a história não autorizada do maior dos refrigerantes e da companhia que o produz**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1993.
- PORTER, Michael E. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- RAY, Michael; MYERS, Rochelle. **Criatividade nos negócios**. São Paulo: Record, 1996.
- RIBEIRO, Célia. **Boas maneiras: sucesso nos negócios – um guia prático de etiqueta para executivos**. 4ª ed. Porto Alegre: L&PM, 1993.
- ROBBINS, Stephen P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.
- ROCHA, Ângela da; CHRISTENSEN, Carl. **Marketing: teoria e prática no Brasil**, 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- RODGERS, Buck; SHOOK, Robert L. **The IBM way: desvendando os aspectos inéditos da organização de marketing de maior sucesso no mundo**. São Paulo: Harbra, 1990.
- SEYBOLD, Patrícia B.; MARSHAK, Ronni T. **Clientes.com: como criar uma estratégia empresarial para a internet que proporcione lucros reais**. São Paulo: Makron Books, 2000.
- SILVA, Roberto Pereira da. **Satisfação do consumidor em relação ao supermercado como local de compra: um estudo no Hippo Supermercados**. Florianópolis, 2001. Dissertação<sup>3</sup> (Mestrado em Administração, área de Políticas e Gestão Institucional – Marketing). UFSC/CSE, CPGA.
- STONER, James A . F. ; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. Rio de Janeiro: PBH, 1995.
- TREPPER, Charles & Microsoft. **Estratégias de e-commerce**. 1ªed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- TRUMP, Donald J. ; SCHWARTZ, Tony. **A arte da negociação**. Rio de Janeiro: Campus, 1988.