



**Universidade Federal do Ceará**  
**Instituto de Cultura e Arte**

**PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA**

Ano/Semestre

<b>1. Identificação</b>		
1.1. Unidade Acadêmica: Instituto de Cultura e Arte		
1.2. Curso(s): Curso de Jornalismo		
1.3. Nome da Disciplina: Empreendedorismo em Comunicação e Jornalismo		Código:
1.4. Professor(a): Edgard Patrício		
1.5. Caráter da Disciplina: ( ) Obrigatória ( X ) Optativa		
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: ( ) Semestral ( x ) Anual ( ) Modular		
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64 h/a	CH Teórica: 16 h/a	CH Prática: 48 h/a
<b>2. Justificativa</b>		
<p>A inserção tecnológica na produção do Jornalismo reflete na retração do mercado profissional nas empresas de comunicação. O primeiro movimento resultante dessa retração foi a contratação de profissionais freelancers. Ainda tendo custos com esse modelo, as empresas de comunicação investem na 'pejotização', que é a contratação direta de jornalistas enquanto empresas individuais. Numa tentativa de enfrentar a precarização do trabalho, e definir a orientação da produção jornalística, os profissionais jornalistas começam a investir em negócios próprios.</p>		
<b>3. Ementa</b>		
<p>O conceito de empreendedorismo. Perfil do empreendedor. Gestão de pessoal. Legislação em empreendedorismo. Marketing e empreendedorismo. Rede de relações no empreendedorismo. Financiamento de negócios. Empreendedorismo e sustentabilidade. Responsabilidade social e empreendedorismo no Jornalismo. Plano de negócios. Criatividade e empreendedorismo. Identificação de oportunidades de negócios. Startups.</p>		
<b>4. Objetivos – Geral e Específicos</b>		
Geral		
Desenvolver uma cultura empreendedora em comunicação e jornalismo.		
Específicos		
Estabelecer os referenciais conceituais do empreendedorismo		
Definir os elementos relacionados à gestão em empreendedorismo		
Determinar as relações entre empreendedorismo, negócio e sustentabilidade		
Elaborar um plano de negócios		
<b>5. Descrição do Conteúdo/Unidades</b>		Carga Horária

1. Elementos conceituais no empreendedorismo	04 h/a
1.1. O conceito de empreendedorismo	02 h/a
1.2. Perfil do empreendedor	02 h/a
2. Gestão no empreendedorismo	08 h/a
2.1. Legislação em empreendedorismo	02 h/a
2.2. Gestão de pessoal	02 h/a
2.3. Marketing e empreendedorismo	04 h/a
3. Empreendedorismo, negócio e sustentabilidade	08 h/a
3.1. Rede de relações no empreendedorismo	02 h/a
3.2. Financiamento de negócios	04 h/a
3.3. Responsabilidade social e empreendedorismo no Jornalismo	02 h/a
4. Empreendendo	40 h/a
4.1. Criatividade e empreendedorismo	04 h/a
4.2. Identificação de oportunidades de negócios	02 h/a
4.3. Startups	02 h/a
4.4. Plano de negócios	36 h/a
<b>6. Metodologia de Ensino</b>	
Aulas expositivas. Seminários de discussão conceitual. Visitas de campo. Desenvolvimento de projetos práticos. Análises de empreendimentos.	
<b>7. Atividades Discentes</b>	
Participação nas aulas expositivas. Leitura de textos. Apresentação de seminários. Elaboração de relatórios de campo. Elaboração de projetos. Participação nas análises de empreendimentos.	
<b>8. Avaliação</b>	
Trabalhos preferencialmente desenvolvidos em equipes. Avaliação individual e coletiva das produções discentes. Avaliações progressivas ao longo da disciplina. Relação entre grau de exigência das avaliações e tempo e ritmo de aprendizagem individual.	
<b>9. Bibliografia Básica e Complementar</b>	
<p>Básica</p> <p>DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.</p> <p>DOLABELA, F. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 2006.</p> <p>_____. Boa idéia! E agora? São Paulo: Cultura, 2000.</p> <p>SALIM, César S. Construindo plano de negócios: todo os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2001.</p> <p>DRUCKER, P. Inovação e espírito empreendedor – prática e princípios. São Paulo: Cengage, 2008.</p> <p>Complementar</p> <p>DEGEN, R. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.</p>	

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.

BAKER, Michael. Administração de Marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DEUZE, M. O jornalismo, a vida na mídia e a sociedade empreendedora. In: **Revista Parágrafo**, v. 2, n. 2, 2014.

FAUSTO NETO, A. Jornalismo: do chão da fábrica aos novos processos de redesenho da profissão na sociedade em vias de midiaticização. Entrevista. **Revista Latino-americana de Jornalismo**, João Pessoa, ano 2. vol. 2, n. 1 - jan./jun. 2015.

GALLAS, D. A contribuição do jornalismo para o saber social. Caminhos para uma prática responsável e para o fomento da cidadania. In: **Chasqui**, n. 127, 2014.

PATRÍCIO, E. Dilemas éticos e produção do jornalismo: percepções a partir da tecnologia. In: **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n.2, 2013.

PEREIRA, F. H. Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. Recuperado em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>. Acesso em 19/08/2015.

RENAULT, D. A convergência tecnológica e o novo jornalista. In: **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 2, 2013.

ROXO, M. & GROHMANN, R. Sentidos do Empreendedorismo no Campo Profissional Jornalístico. Trabalho apresentado durante o 4º Congresso Internacional Comunicação e Consumo. São Paulo: PPGCOM/ESPM, 2014. Recuperado em [http://www.espm.br/download/Anais\\_Comunicon\\_2014/gts/gtum/GT01\\_Grohmann.pdf](http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gtum/GT01_Grohmann.pdf)