



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO

Componente Curricular:	Desenvolvimento de Negócios de Base Tecnológica - DNBT						
Unidade Ofertante:	Fagen						
Código:	FAGEN32603	Período/Série:	6º período	Turma:	I		
Carga Horária:			Natureza:				
Teórica:	30	Prática:	0	Total:	30	Obrigatória()	Optativa()
Professor(A):	Carlos Henrique Viola			Ano/Semestre:	2023/2		
Observações:	chviola@ufu.br						

2. EMENTA

- Empresa de base tecnológica;
- Technology roadmapping;
- Ciclo de adoção da inovação tecnológica.

3. JUSTIFICATIVA

Esta disciplina cria condições para que o aluno possa conhecer o que são os Negócios de Base Tecnológica e como desenvolvê-lo, tendo em vista o processo empreendedor e a Cadeia da Inovação.

4. OBJETIVO

Objetivo Geral:

Definir as características de uma empresa de base tecnológica. Descrever os conceitos e ferramentas essenciais para a gestão do desenvolvimento da inovação. Apresentar o ciclo de adoção de uma inovação tecnológica. Apresentar as estratégias recomendáveis para uma empresa de base tecnológica.

Objetivos Específicos:

- Apresentar e conceituar a Cadeia da Inovação
- Definir “empresas de base tecnológica”
- Conceituar e apresentar programas de incubação de Incubadoras de Empresas
- Instruir quanto à metodologias de elaboração de Planos de Negócios e Estudos de Viabilidade Técnica e Econômica

5. PROGRAMA

Empresas de Base Tecnológica (EBTs)

Definição de EBTs e os setores econômicos de base tecnológica.

Tipos de EBTs: start ups, spin offs.
Serviços tecnológicos ou inovadores.
Grau de inovação tecnológica.

Gestão do Desenvolvimento da Inovação

Pesquisa de marketing em EBTs.
Desdobramento da função qualidade (QFD) e diagrama de Kano.
Mapa de desenvolvimento de tecnologia (Technology Roadmapping - TRM).
Indicadores de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).
Propriedade Intelectual aplicada às EBTs: Lei de Propriedade Intelectual (patentes, proteção para software).

Ciclo de Adoção de uma Inovação Tecnológica

Características dos segmentos de clientes.
Barreiras à adoção de uma inovação.
Technology Readiness Index (Índice de aceitação da tecnologia).

Estratégia Empresarial Aplicada às EBTs

O dilema da inovação.
A necessidade da integração entre as áreas de Pesquisa & Desenvolvimento e de Marketing.
Evolução da estratégia empresarial ao longo do ciclo de adoção da inovação tecnológica.
Estratégias de marketing para EBTs

6. METODOLOGIA

TÉCNICAS DE ENSINO, CARGA HORÁRIA E TECNOLÓGICAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

O conteúdo programático da disciplina será desenvolvido conforme o cronograma a seguir:

Horário das Aulas: das 13h10 às 14h50, todas as Segundas-feiras.

Carga Horária Total: 36 horas

Link para acesso ao material de apoio da disciplina – Microsoft Teams:

[DNBT - 6ºP GI - \(Seg. 08/01/24\) | Geral | Microsoft Teams](#)

7. AVALIAÇÃO

Primeira avaliação: Entrega de relatório de pesquisa de mercado com estimativa de demanda.

Data de realização: até 04/03/24

Horário: até às 24h

Instruções de realização: Conforme Vídeo 1 disponível.

Critérios de avaliação: Conformidade com o modelo de Relatório de Pesquisa disponibilizado, alcance dos objetivos da pesquisa e alcance de no mínimo 100 respondentes (Pessoa Física) e 30 respondentes (Pessoa Jurídica), quando necessários.

Valor do Trabalho: 60 Pontos

Segunda avaliação: Entrega de um Pitch – 3 a 5 minutos (Apresentação rápida e curta,

com o objetivo de vender a ideia de uma startup para um possível investidor).

Data de realização: até 08/04/24

Horário: até às 24h

Instruções de realização: Conforme orientações disponibilizadas em aulas.

Critérios de avaliação: Conformidade com o modelo de PITCH disponibilizado e atratividade da oferta.

Valor do Trabalho: 40 Pontos.

Recuperação: Em caso de não atingimento da nota mínima e cumprimento de no mínimo 75% de presença, conforme resolução CONGRAD Nº 46/2022, de 28/03/2022, o aluno terá direito à avaliação de recuperação.

Avaliação Individual de Recuperação (Se necessária) em 15/04/2024 - 100 Pontos

8. **BIBLIOGRAFIA**

Básica

BARON, R. A.; SHANE, S. A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning,

2007.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3. ed. rev. e atual Rio de

Janeiro: Elsevier, 2008.

FERREIRA, M. P.; SANTOS, J. C.; SERRA, F. A. R. Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova

empresa: exemplos e casos brasileiros. São Paulo: Saraiva, 2010.

Complementar

ANDREASSI, T.; SBRAGIA, R. Relações entre Indicadores de P&D e Resultado Empresarial. Revista de

Administração da USP, v. 31, n. 1, p. 72-84, jan./mar. 2002.

COZZI, A. O. et al. Empreendedorismo de base tecnológica - SPIN-OFF: criação de novos negócios a

partir de empresas constituídas, universidade e centros de pesquisa. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DESIDÉRIO, P. H. M. Empreendedorismo e open innovation: uma análise de projetos de base

tecnológica. 2012. 136 f.: il. Dissertação (mestrado) -- Universidade Federal de Uberlândia, Programa de

Pós-Graduação em Administração. Disponível em:

<<http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/11964/1/d.pdf>>.

DORNELAS, J. C.A. Planos de negócios que dão certo. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

FARAH, O.E. et al. Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo:

Cengage Learning, 2008.

ALÉRIO NETTO, A. Gestão das pequenas e médias empresas de base tecnológica.

Barueri; Brasília:

Minha Editora: SEBRAE, 2006.

9. APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado realizada em: ___/___/___

Coordenação do Curso de Graduação: _____



Documento assinado eletronicamente por **Carlos Henrique Viola, Professor(a) do Magistério Superior**, em 06/02/2024, às 09:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5163704** e o código CRC **D765C9A6**.

Referência: Processo nº 23117.003020/2024-14

SEI nº 5163704