# PLANO DE ENSINO
# EMPREENDEDORISMO SOCIAL
# CARGA HORÁRIA: 80 HORAS

**EMENTA**

Gestão e Empreendedorismo Social; Responsabilidade Social Empresarial; Os setores da sociedade; Organizações não Governamentais (ONG´s); Projetos Sociais; Captação de Recursos.

**COMPETÊNCIAS E HABILIDADES**

Compreender e analisar as atividades do mundo socioeconômico e a relevância do empreendedorismo na inovação, planejamento e desenvolvimento de tecnologias sociais; Desenvolver habilidades socioemocionais para empreender com impacto social. Objetivando resolver demandas socias, colaborando para a formação de um cidadão responsável e capaz de exercer papel ativo na sociedade. Capacitar os discentes para desenvolver um perfil de empreendedorismo social capaz de estabelecer a relação entre os problemas existentes de ordem social em oportunidades, pensar nessa demanda como uma possibilidade de desenvolver ideias, produtos e serviços para solucionar as necessidades do mercado e propor soluções inovadoras. Identificar possibilidade de promover a atuação em rede, possibilitando a mobilização de outras pessoas para que trabalhem em conjunto, conectando as pessoas, as organizações, as instituições para a promoção das causas sociais. Reconhecer a sustentabilidade organizacional como um conjunto de ações adotadas com o objetivo de operar de maneira mais consciente propondo metas sustentáveis e socialmente responsáveis. Propor melhorias para a sociedade de acordo com o cenário corporativo em que estão inseridas e em conformidade com a Gestão Social.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**Gestão e Empreendedorismo Social:**

Empreendedorismo e os princípios da administração social;
Empreendendo com foco na sociedade;
Sociedade e desenvolvimento econômico.

**Responsabilidade Social Empresarial:**

É possível uma competitividade ética?
Gestão de empresas sustentáveis;
Meio ambiente: muito mais que natureza.

**Os setores da sociedade:**

O primeiro setor: o governo;
O segundo setor: o Mercado;
O terceiro setor: as Organizações não Governamentais.

**Organizações não Governamentais (ONG´s):**

Planejamento estratégico de ONG´s;

Posicionamento competitivo de instituições sociais;
Marketing social e para causas sociais.

**Projetos Sociais:**
Gestão de projetos sociais;
Oportunidades no mercado social;
Indicadores de resultados.

**Captação de Recursos:**
Editais e leis de incentivo;
Doação e financiamento;
Eventos de captação.

**PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

As aulas à distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

**RECURSOS DIDÁTICOS**

Livro didático;
Vídeo aula;
Fóruns;
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);
Experimentos em laboratório virtual;
Biblioteca virtual;
Atividades em campo.

**SISTEMA DE AVALIAÇÃO**

A distribuição dos 100 pontos acontecerá da seguinte forma durante o período de oferta da disciplina:

- Fórum de Discussão Avaliativo: 10%
- Estudo Dirigido:10%
- Avaliação Parcial I: 15%
- Avaliaçao Parcial II: 15%
- Avaliação Final: 50%

Caso o aluno não alcance no mínimo 60% da pontuação distribuída, haverá a Avaliação Suplementar com as seguintes características:

- Todo o conteúdo da disciplina.
- Valor: 100 pontos
- Pré-requisito: Resultado Final >= 20 e <60
- Regra: (Resultado Final + Nota Prova Suplementar) / 2
- Média final para Aprovação: >= 60 pontos

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

AGOSTINI, M. R.; SILVA, P. M.; LANGOSKI, L. M. As dimensões da inovação social: um estudo de caso no instituto oncoguia. Connexio, v. 4, n. 2, p. 73-87, 2015. Disponível em: https://repositorio.unp.br/index.php/connexio/article/view/770. Acesso em: 11 set. 2019. ANASTACIO, M. R.; CRUZ FILHO, P. R. A.; MARINS, J. Empreendedorismo social e inovação no context brasileiro. Curitiba: PUCPRESS, 2018.

ANDRADE, J. C. P. et al. Empreendedorismo e negócios sociais: o caso do escritório de projetos da Universidade Estadual de Santa Cruz. Revista Interdisciplinar de Gestão Social, v. 7, n. 2, p. 169-181, 2018. Disponível em: https://portalseer.ufba.br/index.php/ rigs/article/view/25466. Acesso em: 11 set. 2019. ARAÚJO, A. S. et al. Economia social: estudo de caso sobre gestão no terceiro setor no município de Marabá/PA. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DE SERGIPE, 9.,2017, São Cristóvão. Anais [...]. Sergipe: UFS, 2017. Disponível em: https://www.repositorio.ufs.br/bitstream/riufs/7673/2/EconomiaGestaoTerceiroSetor.pdf. Acesso em: 11 set. 2019.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ASSUNÇÃO, D. M.; KUHN JÚNIOR, N.; ASHTON, M. S. G. Cidades Criativas e Vila Flores: convergências e semelhanças no modelo de gestão para a inovação social. Desenvolvimento em Gestão, v. 16, n. 43, p. 291-321, 2018. Disponível em: https://www.revistas.unijui.edu. br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/5701. Acesso em: 11 set. 2019.

BARKI, E. Negócios de impacto: tendência ou modismo? GV Executivo, v. 14, n. 14, 2015. Disponível em: http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/viewFile/49183/47996. Acesso em: 11 set. 2019.

DEES, J. G. O significado do “empreendorismo social”. [S. n.], 2001. Disponível em: http://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees. Acesso em: 11 set. 2019.

FTFS. Carta de princípios para negócios de impacto no Brasil. [S. l.]: Força Tarefa de Finanças Sociais, 2015. Disponível em: http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Carta_Principios.pdf. Acesso em: 11 set. 2019.

HUYBRECHTS, B.; NICHOLLS, A. Social entrepreneurship: definitions, drivers and challenges. In: VOLKMANN, C.; TOKARSKI, K.; ERNST, K. (ed.). Social Entrepreneurship and Social Business. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2012. MAURER, A. M. As Dimensões de Inovação Social em Empreendimentos Econômicos Solidários do Setor de Artesanato Gaúcho. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011. OECD/EUROSTAT. Oslo Manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data. 3rd ed. Paris: OECD Publishing, 2005. PHILLS JÚNIOR, J. A.; DEIGLMEIER, K.; MILLER, D. T. Rediscovering social innovation. Stanford Social Innovation Review, 2008.