

**ANEXO IV**  
**Matriz Curricular e Ementa do Curso**

1. Matriz Curricular do Curso de Microempreendedor Individual (MEI)

Módulo I	Acolhimento e cidadania	08h
Módulo II	Introdução ao Empreendedorismo	32h
Módulo III	Plano de Negócios	40h
Módulo IV	Abertura e Práticas Administrativas para MEI	40h
Módulo V	Marketing e Negócios Digitais	40h
<b>Carga Horária Total</b>		<b>160h</b>

2. Ementas e Bibliografias

<b>Componente Curricular:</b> Acolhimento e cidadania	<b>Carga Horária:</b> 08h
<b>Ementa</b> Apresentação do curso, importância do curso no desenvolvimento pessoal e profissional, visando o acolhimento do estudante.	
<b>Competências</b> 1- Conhecer seus direitos e deveres enquanto estudante; 2- Aprimorar as relações interpessoais; 3- Compreender a importância do MEI na economia nacional.	
<b>Bibliografia Básica</b> BRENNAN, Lynne. Etiqueta para o mundo dos negócios. São Paulo. Futura, 1994. FRITZEN, Silvino José. Relações humanas interpessoais: nas convivências grupais e comunitárias. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1992 MINICUCCI, Agostinho. Relações humanas: psicologia das relações interpessoais. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1984	

<b>Componente Curricular:</b> Introdução ao Empreendedorismo	<b>Carga Horária:</b> 32h
<b>Ementa</b> Empreendedorismo conceitos, características e perspectivas. O perfil do empreendedor, habilidade e competências necessárias ao empreendedor. Identificação de oportunidades. Plano de desenvolvimento pessoal.	
<b>Competências</b> 1- Conhecimento e visão crítica para o desenvolvimento de novos negócios voltados à realidade local, para que possa através do planejamento executar ações viáveis nesse mercado. 2- Identificar as características do empreendedor. 3- Avaliar os fatores que provocam o sucesso de um empreendimento 4- Desenvolver e aprimorar o potencial empreendedor. 5- Identificar e avaliar as oportunidades de mercado, informações sobre as clientelas efetivas e em potencial. 6- Planejar seu desenvolvimento pessoal.	
<b>Bibliografia Básica</b>	

LUECKE, R. Ferramentas para empreendedores: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios. Rio de Janeiro: Record, 2009.  
BRIDI, João Vitor; SOUZA, Ozinil Martins de. Empreendedorismo. Indaial: Editora ASSELVI.2005. DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.  
DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo. São Paulo Campus, 2008.  
DEGEN, R. J. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson. 2008

**Componente Curricular:** Plano de Negócios

**Carga Horária:** 40 h

**Ementa**

Criando um negócio. Análise de oportunidades. Estrutura de um plano de negócios. Elaboração de um plano de negócios. Gestão das variáveis e avaliação do desempenho do negócio. Formação do preço de vendas.

**Competências**

- 1- Conhecimento e visão crítica para o desenvolvimento de um negócio.
- 2- Avaliar as oportunidades do mercado.
- 3- Elaborar e implementar um plano de negócios.
- 4- Acompanhar e avaliar o desempenho do negócio.

**Bibliografia Básica**

BERNARDI, Luiz Antônio, Manual de Plano de Negócio: Fundamentos, Processos e Estruturação. São Paulo: Editora Atlas, 2007.  
OLIVEIRA, Luís Martins, Contabilidade de Custos para não Contadores.5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.  
SALIM, C. S.; HOCHMAN, N.; RAMAL, A. C.; RAMAL, S. A. Construindo planos de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier  
DOLABELA, F. O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios – como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Cultura, 2006.

**Componente Curricular:** Abertura e Práticas Administrativas para MEI.

**Carga Horária:** 40h

**Ementa**

Conceito e tipos de Empresa. Legislação aplicável a MEI. Atividades permitidas. Aspectos legais e burocráticos para abertura. Direitos e obrigações do MEI. Contabilidade conceito e função. Controle de caixa, receitas e despesas, capital de giro. Acesso a crédito especial. Programa Municipal de Microcrédito.

**Competências**

- 1- Reconhecer os tipos de constituição de Empresas.
- 2- Utilizar corretamente a legislação aplicável a MEI.
- 3- Constituir e registrar uma MEI.
- 4- Compreender a composição patrimonial de uma empresa.
- 5- Obter e Administrar recursos.

**Bibliografia Básica**

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos; LOPES, Christianne Calado V. de Melo. Curso de contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito e engenharia. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010  
PORTAL DO EMPREENDEDOR DISPONIVEL EM. <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor> . Acesso em : dez/2021  
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Guia completo para o microempreendedor individual - com alterações da lei geral. Site Disponível em: <https://sebraers.com.br/sou-mei/> .Acesso em: dez/2021  
BRASIL. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002 . Código Civil. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/lei/l11598.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11598.htm). Acesso em: dez/2021.  
BRASIL Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2008 , Presidência da República, Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm). Acesso em dez/2021

<b>Componente Curricular:</b> Marketing e negócios digitais	<b>Carga Horária:</b> 40h
<p><b>Ementa</b> Fundamentos de marketing. Marketing e vendas. Estratégias de marketing e o comportamento do consumidor. Tipos de clientes. Planejamento de vendas. O papel e a importância das Mídias Sociais. Estratégia nas Redes Sociais. Marketing e Ferramentas de Conteúdo: Blog's, Vídeos, Fóruns, Grupos, Web Sites. Redes Sociais. Monitoramento de resultados: Geração de resultados.</p>	
<p><b>Competências</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Conhecer e aplicar as ferramentas de marketing.</li> <li>2- Identificar e utilizar estratégias aplicáveis a cada produto/mercado.</li> <li>3- Reconhecer o comportamento e os tipos de consumidores.</li> <li>4- Elaborar e implementar o planejamento de vendas.</li> <li>5- Conhecer as diversas mídias sociais.</li> <li>6- Utilizar as redes sociais como ferramenta de marketing e vendas.</li> <li>7- Elaborar conteúdo de marketing para ambientes digitais.</li> </ol>	
<p><b>Bibliografia Básica</b></p> <p>GREWAL, D.; LEVY, M. Marketing. 2.ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.</p> <p>KOTLER, P.; KELLER, K.L. Administração de marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.</p> <p>MALHOTRA, N.K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.</p> <p>BRASIL. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002 . Código Civil. Disponível em: <a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11598.htm">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11598.htm</a>. Acesso em: dez/2021.</p> <p>BRASIL Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2008 , Presidência da República, Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: <a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm</a>. Acesso em dez/2021</p> <p>KENDZERSKI, Paulo Roberto. Livro Web Marketing e Comunicação Digital. Livro Web Marketing, 2009.</p> <p>PAULI, Anderson Thomas et al. O Comportamento do Consumidor no Comércio Eletrônico.</p>	