

Sumário

PARTE I CONTEXTUALIZAÇÃO DO MUNDO ATUAL DOS NEGÓCIOS

Capítulo 1. Ética e sustentabilidade.....	3
1. Introdução	4
2. Conceitos, princípios e passos a seguir	5
2.1 Ética	5
2.2 Sustentabilidade	9
Referências.....	19
Capítulo 2. Avanços tecnológicos	21
1. Introdução	22
2. Conceitos e consequências da tecnologia.....	23
2.1. A tecnologia atende a quem?.....	23
2.2 Alternativas tecnológicas	25
3. Efeitos da mudança da tecnologia e de sua permanência	28
3.1. Sobre a tecnologia	28
3.2. Formas de obter tecnologia	31
4. A identificação das necessidades da tecnologia e das estratégias para seu aproveitamento e implantação.....	31
4.1. A ligação da tecnologia com o mercado	33
4.2. Adoção de tecnologia	34
4.3. Fatores na escolha de tecnologia	36
5. Análise das vantagens e dificuldades na implantação da tecnologia	38
5.1. Fazer ou comprar?.....	38
5.2. A escolha da tecnologia.....	39
5.3. Previsão tecnológica	41
6. A difusão das inovações tecnológicas	42
6.1. Difusão?.....	42

6.2. Atributos das inovações	43
6.3. O efeito difusão	44
Referências.....	47
Capítulo 3. Um novo contexto econômico	49
1. Introdução	50
2. Conceitos	51
2.1. Fatos, processos e análises.....	52
2.2. O novo	55
3. Uma explicação para a evolução e revolução	58
3.1. Serviço, sociedade e o novo contexto	60
3.2. O redemoinho da inovação, dos serviços e o triângulo de Kandinsky	62
Referências.....	66
Capítulo 4. Perfil do administrador.....	67
1. Introdução	68
2. Conceitos	69
3. Importância de um administrador	70
4. Visão de mundo do administrador	72
5. Administrador: guardião do futuro.....	75
Referências.....	87
PARTE II	
FUNDAMENTOS E HISTÓRICO DA ADMINISTRAÇÃO	
Capítulo 5. Bases conceituais	91
1. Introdução	91
2. Principais bases conceituais da administração	92
2.1. A divisão e especialização do trabalho.....	92
2.2. A hierarquia e cadeia de comando.....	93
2.3. Planejamento	95
2.4. Organização	96
2.5. Direção	99
2.6. Poder e autoridade	100
2.7. Controle.....	101
Referências.....	105
Capítulo 6. Breve histórico da administração	107
1. Introdução	108
2. Contribuições diversas para a ciência administrativa.....	109
3. A Revolução Industrial – RI.....	111
4. Precursores da administração	114

5. Administração como ciência social aplicada	115
Referências.....	119
Capítulo 7. Escolas da administração	121
1. Introdução	121
2. Escola da administração científica	123
2.1. A Organização Racional do Trabalho – ORT.....	124
2.2. Fordismo	125
3. Escola clássica.....	125
4. Escola burocrática.....	126
5. Escola das relações humanas.....	127
6. Escola estruturalista.....	129
7. Escola de sistemas.....	129
8. Escola neoclássica	131
9. Escola comportamental ou behaviorista.....	132
10. Escola sociotécnica	132
11. Escola contingencial	133
12. Escola do conhecimento	135
Referências.....	139
PARTE III	
FUNDAMENTOS E HISTÓRICO DO EMPREENDEDORISMO	
Capítulo 8. Bases conceituais.....	143
1. Introdução	143
2. Definição de empreendedorismo e de empreendedor.....	144
3. Teorias empreendedoras	145
3.1. Importância social do empreendedorismo.....	146
3.2. Teoria comportamental.....	147
4. Características empreendedoras	147
5. Tipos de empreendedores.....	151
Referências.....	154
Capítulo 9. Breve histórico do empreendedorismo.....	157
1. Introdução	157
2. Paralelo entre empreendedorismo e administração.....	158
3. A evolução do conceito de empreendedor	160
4. Uma breve história do empreendedorismo no Brasil	163
5. Empreendedorismo hoje.....	167
Referências.....	173

Capítulo 10. O processo empreendedor.....	175
1. Introdução	175
2. As etapas do processo empreendedor	176
2.1. A oportunidade	177
2.2. O planejamento	178
2.3. Os recursos.....	179
2.4. Gestão	180
2.5. <i>Feedback</i>	183
3. Transcendendo o processo empreendedor.....	184
Referências.....	188

PARTE IV COMPORTAMENTO GERENCIAL E GESTÃO DE PESSOAS

Capítulo 11. Processo decisório.....	193
1. Introdução	193
2. Processo decisório e liderança	194
2.1. O que é o processo decisório para o empreendedor?.....	194
3. Liderança.....	196
3.1. Para o empreendedor, o que é liderar?	196
3.2. Importância da liderança	196
3.3. Estilos de liderança	197
Referências.....	202
Capítulo 12. Cultura e comportamento organizacional.....	203
1. Conceitos	203
1.1 Cultura organizacional.....	203
1.2. Comprometimento: o que é?	206
1.3. Comportamento organizacional.....	207
1.4. Como avaliar o comportamento organizacional?.....	208
Referências.....	210
Capítulo 13. Gestão de pessoas.....	211
1. Conceito	211
1.1. O que é “Gestão de Pessoas”?	211
1.2. Competências	214
1.3. Comprometimento	216
1.4. Comunicação com as pessoas	216
1.5. Motivação.....	217
Referências.....	221

PARTE V MARKETING E CONSUMO

Capítulo 14. Ferramentas de marketing	225
1. Introdução	226
2. Desenvolvendo o marketing <i>mix</i>	226
2.1. Produto	226
2.2. Preço	229
2.3. Promoção	229
2.4. Ponto de distribuição	230
2.5. Portfólio e serviços	231
3. Renovação e inovação: <i>design thinking</i>	232
3.1. Gestão das ferramentas de marketing	233
3.2. Ciclo de adoção de ideias, produtos e serviços inovadores	233
3.3. Teoria do Ciclo de Vida de Produtos (CVP)	234
4. Novas tendências do marketing	236
5. Considerações finais	237
Referências	238
Capítulo 15. Comportamento do consumidor	241
1. Introdução	242
2. Quem é o consumidor?	242
3. Bases para a segmentação de mercado	242
4. Variáveis de segmentação de mercado	242
5. Estratégias de segmentação de mercado	242
6. Definição de mercados, consumidores e clientes	244
6.1. Tipos de bens	246
7. Teoria do comportamento do consumidor	246
8. Customer Relationship Management (CRM)	250
9. Neuromarketing	250
Referências	252

PARTE VI ESTRATÉGIA, MODELOS E PLANOS DE NEGÓCIO

Capítulo 16. Definição do negócio	257
1. Introdução	258
2. Definindo um negócio	259
3. Definição do modelo de negócio	261
3.1. Canvas e a definição do modelo de negócio	261

4. Benefícios da correta definição de negócios	263
Referências.....	268
Capítulo 17. Estratégia	271
1. Introdução	271
2. Instrumentos do planejamento estratégico	274
3. Tipos de planejamento	275
4. Análise Swot	277
5. Implementação e execução da estratégia	279
6. Controle e avaliação do planejamento estratégico	281
Referências.....	284
Capítulo 18. Modelos de negócios	287
1. Introdução	288
2. Modelos de gestão.....	289
2.1. Modelo de gestão circunstancial.....	291
2.2. Modelo de gestão japonesa	291
2.3. Modelo de gestão participativa	292
2.4. Modelo de gestão por objetivos.....	293
3. Modelos de negócio tradicionais e inovadores.....	295
Referências.....	299
Capítulo 19. Plano de negócio	301
1. Introdução	301
2. Definindo o plano de negócios, sua importância e finalidades.....	302
3. Estrutura de um plano de negócio	304
3.1. Modelo proposto de estrutura para plano de negócio	304
4. Integrando o modelo de negócio ao plano de negócio.....	308
Referências.....	312