

Contabilidade

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 13772/2014 - 12/11/2014

Ficha da Unidade Curricular: Empreendedorismo

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, TP:75.0;

Ano|Semestre: 3|S2; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 905633

Área Científica: Gestão

Docente Responsável

Eduardo Fontão Mont'Alverne Brou

Professor Adjunto Convidado

Docente e horas de contacto

Eduardo Fontão Mont'Alverne Brou

Professor Adjunto Convidado, TP: 75;

Objetivos de Aprendizagem

Pretende-se que os alunos consigam identificar e analisar o fenómeno do Empreendedorismo, que detenham os principais conceitos, modelos e ferramentas que os habilitem a participar inteligentemente no processo de criação e gestão de start-ups e que adquiram uma predisposição positiva para o processo.

Conteúdos Programáticos

I – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

II - O EMPREENDEDOR

III – O PROCESSO DE INOVAÇÃO E A IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES.

IV - O PLANO DE NEGÓCIOS.

V – ANÁLISE E FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA

VI - O PLANO DE MARKETING DA NOVA EMPRESA

VII – REUNIÃO E GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS

VIII – A FORMA JURÍDICA

IX – O FINANCIAMENTO

X – ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA

XI - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO

Conteúdos Programáticos (detalhado)

I – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

1. Empreendedorismo; conceitos gerais.

2. O Empreendedorismo em Portugal e no mundo.

II - O EMPREENDEDOR

1. Definições de empreendedor.

EB

2. A decisão de empreender.
3. O histórico do empreendedor.
4. Diferenciar inventores, empreendedores e gestores.
5. Características genéricas do empreendedor bem sucedido.
6. A equipa da nova empresa.

III – O PROCESSO DE INOVAÇÃO E A IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES.

1. Oportunidades e ideias.
2. Fontes de novas ideias
3. Tendências na envolvente ambiental e oportunidades.
4. Métodos de geração de novas ideias.
5. Avaliação das ideias.
6. A proteção da propriedade intelectual.
7. O modelo de negócio (A Tela do Modelo de Negócio).
8. Franchising.

IV – O PLANO DE NEGÓCIOS; UMA INTRODUÇÃO

1. As partes componentes do plano de negócios
2. A apresentação do plano de negócios.

V – ANÁLISE E FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA

1. Visão e missão.
2. Análise externa (geral e da indústria).
3. Análise interna.
4. Análise SWOT.
5. Estratégias genéricas.

VI - O PLANO DE MARKETING DA NOVA EMPRESA

1. Conceitos genéricos de Marketing.
2. Estudo de mercado.
3. Segmentação.
4. Escolha do mercado alvo e posicionamento.
5. A marca.
6. Comportamento do consumidor.
7. O marketing-mix.

VII – REUNIÃO E GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS

1. Gestão dos recursos humanos.
2. Recrutamento e seleção da equipa.
3. A motivação da equipa.
4. A liderança.
5. A comunicação.
6. A gestão de conflitos.
7. Desenvolvimento de competências na equipa.

VIII – A FORMA JURÍDICA DA NOVA EMPRESA

1. As empresas singulares.
2. As sociedades.
3. As formalidades da criação da nova empresa.

EH

IX – O FINANCIAMENTO DA NOVA EMPRESA

1. Financiamento por capital alheio e/ou capital próprio.
2. Determinação do capital necessário.

X – ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DA NOVA EMPRESA

1. A atividade da empresa.
2. Demonstrações financeiras.
3. O equilíbrio financeiro e o fundo de maneiio.
4. Rácios de análise económico-financeira.

XI - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO (breve Revisão)

- 1 – Regras de decisão de investimento. (Payback; VAL; TIR)

XII – O PLANO DE NEGÓCIOS; REVISÃO

Metodologias de avaliação

- 1 Teste Escrito, sem consulta;
- Trabalho de grupo;
- Qualidade de Participação nas Aulas.

Exame Final para os não dispensados (exigida a execução prévia do trabalho de grupo)

Software utilizado em aula

Excel

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Santos, J. e Ferreira, M. (2008). *Ser Empreendedor – Pensar Criar e Moldar a Nova Empresa*. (Vol. 1). Lisboa: Edições Sílabo
- Osterwalder, A. e , Y. (2011). *Criar Modelos de Negócios*. Lisboa: Dom Quixote

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os dois primeiros capítulos do programa visam apresentar o fenómeno do empreendedorismo e seus determinantes. Os restantes capítulos do programa visam apresentar os conceitos, modelos e ferramentas que permitam os alunos participar no processo de criação e gestão de novos negócios.

Metodologias de ensino

Aulas teórico-práticas em que se apresenta e discute a matéria base, com apresentação de casos de estudo que servem de apoio à matéria teórica. Os Planos de Negócios dos alunos são desenvolvidos e acompanhados pelo docente ao longo das aulas.



Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Nas aulas teórico-práticas serão apresentados e analisados os conceitos, modelos e ferramentas que permitam aos alunos participar inteligentemente no processo de criação e gestão de start-ups. O desenvolvimento de Planos de Negócio permitirá aplicar e testar os conhecimentos adquiridos.

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

Não há pré-requisitos, mas aconselha-se que os alunos tenham conhecimentos básicos de gestão.

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável.

Observações

Docente Responsável

Éduardo F. de M. T. Alveiro Bro-

Diretor de Curso, Comissão de Curso

Conselho Técnico-Científico

Alcides Augusto Soares Pereira

