

Gestão de Empresas

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: RCC 01/04/2011 [DR.7678/2011 26.05.2011]

Ficha da Unidade Curricular: Empreendedorismo

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, TP:75.0;

Ano|Semestre: 3 |S1; Ramo: Organização e Gestão de Empresas;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9152126

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.

2.1. O empreendedorismo e a atividade económica.

2.2. Determinantes nacionais do empreendedorismo

2.3. Determinantes pessoais do empreendedorismo.

2.4. Influência da esfera nacional cultural.

2.5. Notas finais.

II - O EMPREENDEDOR

1. Definições de empreendedor.
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.
 - 6.1. Patentes
 - 6.2. Marcas
 - 6.3. Direitos de autor
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.
 - 7.1. Produto.
 - 7.2. Preço.
 - 7.3. Promoção / comunicação.
 - 7.4. Distribuição.

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.

IX – O FINANCIAMENTO DA NOVA EMPRESA

1. Financiamento por capital alheio e/ou capital próprio.
 - 1.1. Recursos financeiros próprios do empreendedor.
 - 1.2. Familiares e amigos.
 - 1.3. Investidores privados.
 - 1.4. A banca comercial.
 - 1.5. Subsídios.
 - 1.6. Capital de risco.
2. Determinação do capital necessário.

X – ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DA NOVA EMPRESA

1. A atividade da empresa.
 - 1.1. O breakeven (ponto crítico de vendas).
 - 1.2. Análise de sensibilidade.
2. Demonstrações financeiras.
 - 2.1. A demonstração de resultados.
 - 2.2. Balanço.
 - 2.2. Mapa de fluxos de caixa.
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: 20%
- Trabalho de grupo (Plano de Negócios): 75%
- Qualidade de Participação nas Aulas: 5%

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

Software utilizado em aula

Excel

Estágio

Não aplicável

Bibliografia recomendada

- Ferreira, M. e Santos, J. e Serra, F. (2008). *Ser Empreendedor; Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. Lisboa: Sílabo
- Osterwalder, A. e Pigneur, Y. (2011). *Criar Modelos de Negócio*. Lisboa: Dom Quixote
- Barros, H. (2005). *Análise de Projectos de Investimento*. Lisboa: Edições Sílabo

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. Os Planos de Negócios (trabalhos de grupo) 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 permitirão aplicar e testar os conhecimentos adquiridos.

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

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

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável

Observações

Docente Responsável

Edmundo Fortes Vitorino Almeida Brito

Diretor de Curso, Comissão de Curso

[Handwritten signature]

Conselho Técnico-Científico

[Handwritten signature]

Homologado pelo C.T.C.
Acta.n.º 82 Data 12/02/16
[Handwritten signature]