



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR  
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

<b>CURSO</b>	<b>Curso de Auditoria e Fiscalidade 1º Ciclo</b>	<b>ANO LECTIVO</b>	2014/2015
--------------	--	--------------------	-----------

**FICHA DA UNIDADE CURRICULAR**

<b>Unidade Curricular</b>	<b>Empreendedorismo</b>	<b>Código</b>	<b>963847</b>
<b>Área Científica</b>	<b>Gestão</b>		
<b>Tipo</b>	<b>Obrigatória</b>	<b>Ano / Semestre</b>	3/S2

<b>Créditos ECTS</b>	<b>Horas Totais de Trabalho</b>	<b>Horas de Contacto (HC)</b>						
		<b>T</b>	<b>TP</b>	<b>P</b>	<b>PL</b>	<b>OT</b>	<b>E</b>	<b>Outra</b>
5	135.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

<b>Docentes</b>	<b>Categoria</b>	<b>Nº de HC</b>	
<b>Responsável</b>	- Eduardo Fontão MontAlverne Brou	- Professor Adjunto Convidado	
<b>Teóricas</b>			
<b>Teórico-Práticas</b>	- Eduardo Fontão MontAlverne Brou	- Professor Adjunto Convidado	75
<b>Práticas</b>			
<b>Prática Laboratorial</b>			
<b>Orientação Tutorial</b>			
<b>Estágio</b>			

**Objectivos de Aprendizagem**

O desígnio da cadeira é fomentar o espírito empreendedor dos alunos, dotando-os duma visão genérica sobre o fenómeno do empreendedorismo e seus determinantes, dotando-os dos principais conceitos, modelos e ferramentas que os permitam participar no processo de criação e gestão de novos negócios

### Conteúdos Programáticos (resumido)

- 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. 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
  - 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.

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 maneo. 4. Rácios de análise económico-financeira.

XI - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO (breve Revisão) 1 – Regras de decisão de investimento. (Payback; VAL; TIR)

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos**

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 ao longo das aulas.

### **Coerência das metodologias de ensino com os objectivos**

A complementação da exposição teórica através de estudos de casos serve para sedimentar a sua aprendizagem. Durante a elaboração do Plano de Negócios, acompanhada pelo professor nas aulas, os alunos colocarão em prática os conceitos, modelos e ferramentas aprendidos, testando e expandindo a teoria previamente aprendida.

### **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)

### **Pré requisitos**

Conhecimentos básicos de gestão

**Bibliografia principal (máx 4 ref.)**

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

**Software**

Excel

**Observações**

**Docente**

*Ed. do Bro.*

**Diretor de Curso**

*[Handwritten signature]*

Homologado pelo C.T.C.  
Acta n.º 68 Data 21/04/2015  
*[Handwritten signature]*