

INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO Curso de Gestão Turística e Cultural
1º Ciclo **ANO LECTIVO** 2014/2015

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular Empreendedorismo e Inovação em Turismo **Código** 964162

Área Científica Gestão

Tipo Obrigatória **Ano / Semestre** 2/S2

Créditos ECTS	Horas Totais de Trabalho	Horas de Contacto (HC)						
		T	TP	P	PL	OT	E	Outra
5	135.0	30.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Docentes	Categoria	Nº de HC
Responsável	- Jorge Manuel Marques Simões - Professor Adjunto	
Teóricas	- Jorge Manuel Marques Simões - Professor Adjunto	30
Teórico-Práticas	- Jorge Manuel Marques Simões - Professor Adjunto	30
Práticas		
Prática Laboratorial		
Orientação Tutorial		
Estágio		

Objectivos de Aprendizagem

O objectivo da disciplina é promover a aprendizagem através da experiência prática, ajudando à criação de um potencial negócio cujo projecto deverá ter início na ideia de negócio, passando pela elaboração de um Plano de Negócios e a avaliação das condições de implementação da actividade, de modo a adquirir competências válidas para mais

facilmente entrar no mundo do trabalho. No final desta disciplina o aluno deverá ser capaz de construir um plano de negócios realizando o diagnóstico da oportunidade, a estratégia de implementação, o projecto de investimento e o plano de implementação. Espera-se que os alunos consigam:

- Desenvolvimento de uma atitude empreendedora através da compreensão dos objectivos e comportamentos empresariais;
- Compreensão e estruturação do processo de detecção e análise de oportunidades de negócio;
- Definição de critérios para avaliação do potencial de um novo negocio e dos recursos necessários para o desenvolver e implementar;
- Desenvolvimento dos instrumentos de análise financeira necessários para analisar e calcular as necessidades de financiamento e para elaborar previsões da rentabilidade futura de um novo negócio;
- Identificação das fontes de financiamento para novos negócios;
- Compreensão do papel dos elementos da equipa de projecto no planeamento e lançamento de um novo negócio, e do tipo de parceiros que um candidato a empresário deve procurar para desenvolver a sua ideia de negocio.

Conteúdos Programáticos (resumido)

1. Conceitos de empreendedorismo
2. Processo Empreendedor
3. Metodologias para a escolha do projecto
4. Elaboração de um plano de negócios
5. Financiamento do projecto
6. Como criar a sua empresa
7. Sucesso/insucesso empresarial

Conteúdos Programáticos (detalhado)

- 1. Conceitos de empreendedorismo**
 - 1.1. A visão histórica de empreendedorismo
 - 1.2. A importância do empreendedorismo no desenvolvimento económico e social
- 2. Processo Empreendedor**
 - 2.1. Atitudes e competências empreendedoras
 - 2.2. Gestão de ideias e identificação de oportunidades
 - 2.3. Desafios e constrangimentos dos pequenos negócios
 - 2.4. Caracterização do espírito empreendedor em Portugal
 - 2.5. Empresa familiar
 - 2.6. Inovação e tecnologia e oportunidades de negócio
- 3. Metodologias para a escolha do projecto**
 - 3.1. Análise do potencial do promotor e da ideia
 - 3.2. Condicionantes externas

- 3.3. As formas de iniciar a actividade
- 3.4. Competências internas necessárias
- 3.5. Pesquisa de mercados
- 3.6. Critérios de análise de oportunidades de negócios

4. Elaboração de um plano de negócios

- 4.1. A importância do plano de negócios
- 4.2. Escolha da forma jurídica e actividade
- 4.3. Estratégia de marketing
- 4.4. A formalização do plano de negócios

5. Financiamento do projecto

- 5.1. Planeamento financeiro e fontes de financiamento
- 5.2. Instituições públicas – análise da legislação em vigor
- 5.3. Instituições financeiras

6. Como criar a sua empresa

- 6.1. Instituições e documentação necessárias à constituição da empresa
- 6.2. A equipa empresarial
- 6.3. O pacto social
- 6.4. O início de actividade

7. Sucesso/insucesso empresarial

Coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos

Os conteúdos programáticos da unidade curricular em questão têm como objectivo apresentar e ensinar a elaborar um plano de negócios empreendedor, sendo apresentado casos de sucesso e insucesso aos alunos. Estes conteúdos serão cruciais para atingir os objectivos da unidade curricular que visa abordar o empreendedorismo, seus conceitos iniciais bem como a elaboração de um plano de negócios. Assim, o aluno ficará com as competências empreendedoras, ideias e planos de negócios, para no futuro avançar para um negócio próprio.

Metodologias de ensino

Método expositivo, de discussão, análise de documentos e técnicas pedagógicas que estimulem a capacidade de reflexão crítica. Assenta em sessões de ensino e de acompanhamento de natureza colectiva e presencial (integradas nas aulas teórico/práticas).

Coerência das metodologias de ensino com os objectivos

- Entrega de uma sebenta elaborada pelos Professores, com todos os conteúdos programáticos incluídos no programa da disciplina; A disciplina é leccionada recorrendo a aulas teórico-práticas, em que será apresentada e discutida a matéria base, com apresentações de trabalhos.

Metodologias de avaliação

Avaliação Contínua	<p>A disciplina é leccionada recorrendo a aulas teórico-práticas, em que será apresentada e discutida a matéria base, com apresentação de casos de estudo que servem de apoio à matéria teórica, bem como serão discutidos os projectos dos alunos.</p> <p>A participação dos alunos nestas aulas, através da discussão e apresentação dos respectivos projectos é fundamental para a avaliação.</p> <p>Os alunos deverão, individualmente ou em grupo (a constituição de grupos necessitará de definição específica do professor), escolher a apresentar uma ideia de negócio própria ou que se encontre em desenvolvimento por outras pessoas e que os alunos tenham acesso à informação. Pretende-se que os alunos realizem um Plano de Oportunidade apresentando um diagnóstico quanto à viabilidade tecnológica e de mercado da ideia de negócio e aos recursos necessários à sua implementação, desenvolvendo um Plano de Negócios.</p> <p>Assim, os alunos deverão:</p> <ul style="list-style-type: none">- Apresentar oralmente a sua ideia ou oportunidade de negócio durante a 2ª semana do semestre; os alunos terão de entregar um resumo esquemático, incluindo texto e slides (impressos em papel) preparados para a apresentação;- Apresentar durante as aulas da 6ª e 7ª semana a Análise ou Plano de Oportunidade, incluindo um diagnóstico da viabilidade tecnológica e de mercado;- Apresentar durante as aulas da 14ª e 15ª semana o Plano de Negócios para a implementação da ideia, com entrega de um relatório final durante o período das frequências. O relatório final deverá incluir todos os pontos da estrutura indicativa. <p>Estrutura Indicativa:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Identificação do projecto2. Produto/Serviços3. Clientes4. Concorrentes5. Meio Envolvente6. Exequibilidade de Marketing7. Exequibilidade ao nível das operações8. Identificação dos promotores9. Viabilidade económico-financeira10. Impacto social
Avaliação Periódica	<p>É facultada aos alunos a possibilidade de dispensa a exame, através da realização das seguintes componentes de avaliação contínua com nota mínima final de 10 valores:</p> <ul style="list-style-type: none">- Participação oral nas aulas e na discussão dos projectos: 25%- Apresentação e relatório da análise/plano de oportunidades: 30%- Apresentação do Plano de Negócios e Relatório Final do projecto: 45%
Avaliação Final	<p>A avaliação da cadeira processar-se-á através de exame final.</p>

Pré requisitos

Não aplicável



Bibliografia principal (máx 4 ref.)

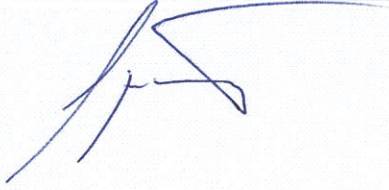
- Bateman, Thomas S. and Snell, Scott A. (2007): Management - Hill Leading & Collaborating in a Competitive World, 7ª Ed., McGraw-Hill International Edition.
- Drucker P. (1989): Inovação e Gestão. Uma nova concepção de estratégia de empresa. Editorial Presença.
- Ferreira, Manuel Portugal; Santos, J. e Serra, F. (2008): “Ser Empreendedor – Pensar Criar e Moldar a Nova Empresa” Edições Sílabo, Lisboa.
- Ferreira, Manuel Portugal; Santos, J. e Serra, F. (2008): “Ser Empreendedor – Pensar Criar e Moldar a Nova Empresa” Edições Sílabo, Lisboa.
- George, Jennifer M. and Jones, Gareth R. (2006): Contemporary Management - Creating Value in Organizations, 4ª Ed., McGraw-Hill International Edition
- Hisrich, R. Peters and M. Shepherd, D. (2005): Entrepreneurship. Empreendedores, 6ª Edição McGraw-Hill, Madrid.
- Lang, Jack (2002): The High -Tech Entrepreneur’s Handbook: How to Start and Run a High-Tech Company, Great Britain: Prentice Hall.
- Lundström, A. and Stevenson, L. (2005): Entrepreneurship Policy: Theory and Practice, International Studies in Entrepreneurship, Springer, USA.
- Sarkar, Soumodip (2007): Empreendedorismo e Inovação, Escolar Editora, Lisboa.
- Silva, Maria José (2007): “Inovação e Empreendedorismo” in Manual de Dinamização de Empresas de Base Tecnológica, (Eds.) M. Raposo, M.J. Silva & R. Rodrigues, Universidade da Beira Interior, Covilhã pp. 23-41. ISBN: 978-972-8790-17-6.
<<http://www.r4e.ips.pt/r4e/files/01fb832f2e42d04bdbef6e845089a73ae6019bc5.pdf>>.
- Silva, Maria José; Mainardes, Emerson (2012) “Inovação empreendedora das pequenas emédias empresas” in Marketing Empreendedor – novos rumos para o sucesso nos negócios de micro, pequenas e médias empresas, (Eds) Moretti, S., Lenzi, F. Zucco, F., Curitiba, Editora Xibpex, pp. 59-89.
- Thompson, A.; Strickland, A. e Gamble, J. (2008): Administração estratégica, 15ª Edição, McGraw-Hill Portugal.
- Timmons, J.; Spinelli, S. (2007) New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century 7thEd., Londres, UK: Prentice-Hall.
- Trigo, Virginia (2003). Entre o Estado e o Mercado, Empreendedorismo e a condição de Empresário na China, Ad Litteram., Lisboa.
- Van der Horst, R., King Kauanui, S., and Duffy, S. (Eds) (2005). Keystones of Entrepreneurship Knowledge. Maldon, MA: Blackwell.

Software

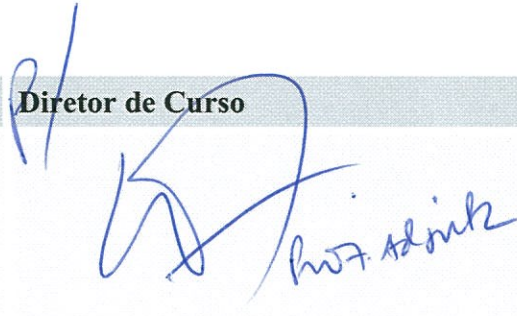
Não Aplicável.

Observações

Docente



Diretor de Curso



António

Homologado pelo C.T.C.

Acta n.º 68 Data 22/04/2015

