



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	GESTÃO TURÍSTICA E CULTURAL	ANO LECTIVO	2013/2014
--------------	------------------------------------	--------------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO EM TURISMO		
Área Científica	GESTÃO		
Classificação curricular	OBRIGATÓRIA	Ano / Semestre	2ºano/ 2ºsem

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
5	135	T:30 TP: 30	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	Jorge Manuel Marques Simões	Professor Adjunto
Teóricas		
Teórico-Práticas	Jorge Manuel Marques Simões	Professor Adjunto
Práticas		
Prático-Laboratorial		

OBJECTIVOS

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 negócio 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 negócio.

PROGRAMA PREVISTO

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

BIBLIOGRAFIA

- António, Nelson Santos; Trigo, Virgínia Maria (1991). **Pequenas Empresas – Sucessos e Insucessos**, Edições Sílabo, Lisboa.
- Baranano, Ana Maria (2004). **Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão**, Edições Sílabo, Lisboa
- Brilman, Jean (2000). **As Melhores Práticas de Gestão no Centro do Desempenho**, Edições Sílabo, Lisboa.
- Buckingham, Marcus (2005). **Gestor de Sucesso**, Biblioteca Exame, Lisboa.
- Costa, Horácio e Ribeiro, Pedro (2004). **Criação e Gestão de Micro-empresas e pequenos negócios**, Edições Técnicas, Lidel
- Cruz, Eduardo (2006). **Criar uma Empresa de Sucesso**, Edições Sílabo, Lisboa.
- Pacheco, Maria Amélia; Almeida, Nunes de (2005). **Aprender a Gerir as Organizações no Século XXI**, Áreas Editora, Lisboa.
- Menezes, H. Caldeira (1987). **Princípios de Gestão Financeira**, Editora Presença, Lisboa.
- Rego, Arménio; Cunha, Miguel (2007). **O Tão da Eficácia Organizacional**, Edições Sílabo, Lisboa.
- Sousa, António de (1998). **Introdução à Gestão: Uma Abordagem Sistémica**, Editorial Verbo, Lisboa.

WEBGRAFIA

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua

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.

A participação dos alunos nestas aulas, através da discussão e apresentação dos respectivos projectos é fundamental para a avaliação.

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.

Assim, os alunos deverão:

- Apresentar oralmente a sua ideia ou oportunidade de negócio durante a 2ª semana do semestre; os alunos terão de entregar um

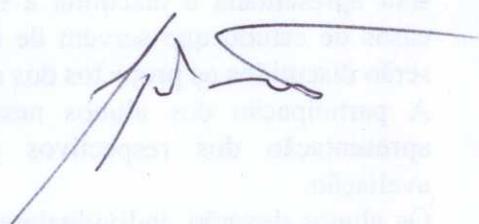
	<p>resumo esquemático, incluindo texto e slides (impressos em papel) preparados para a apresentação;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apresentar durante as aulas da 6ª e 7ª semana a Análise ou Plano de Oportunidade, incluindo um diagnóstico da viabilidade tecnológica e de mercado; - Apresentar 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 projecto 2. Produto/Serviços 3. Clientes 4. Concorrentes 5. Meio Envolvente 6. Exequibilidade de Marketing 7. Exequibilidade ao nível das operações 8. Identificação dos promotores 9. Viabilidade económico-financeira 10. 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	A avaliação da cadeira processar-se-á através de exame final.

OBSERVAÇÕES

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
-----	---------	-------

Horário afixado no gabinete



C.T.E. 27.07.2014

Ata nº 51

Ponto 5 a)