



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

## ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

<b>CURSO</b>	<b>Mestrado em</b> <b>Gestão de Empresas Familiares e</b> <b>Empreendedorismo</b>	<b>ANO LECTIVO</b>	2013-2014
--------------	---	--------------------	-----------

### FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

<b>Unidade Curricular</b>	<b>Empreendedorismo e Plano de Negócio</b>		
<b>Área Científica</b>	<b>Gestão</b>		
<b>Classificação Curricular</b>	<b>Obrigatória</b>	<b>Ano / Semestre</b>	2º/1º

<b>Créditos ECTS</b>	<b>Horas de trabalho do aluno</b>	<b>Carga horária das sessões de ensino</b>	
		<b>Natureza Colectiva (NC)</b>	<b>Orientação Tutorial (OT)</b>
6	150	45 TP	

<b>DOCENTES</b>		<b>CATEGORIA</b>
<b>Responsável</b>	Maria do Rosário Baeta Neves/ Olinda Sequeira	Prof. Coordenadora/Eq. Prof. Adjunta
<b>Teóricas</b>		
<b>Teórico-Práticas</b>	Maria do Rosário Baeta Neves/ Olinda Sequeira	Prof. Coordenadora/Eq. Prof. Adjunta
<b>Práticas</b>		
<b>Prático-Laboratorial</b>		

### OBJECTIVOS

Pretende-se que os mestrandos adquiram as competências indispensáveis a uma avaliação global dos mercados e internacionalização, preparando-os para dar respostas adequadas à realidade dos problemas que se colocam diariamente com as empresas.

Compreender a relevância do empreendedorismo como um processo de criação de valor.

Enquadrar a função empreendedora no âmbito da gestão empresarial.

Compreender a importância da inovação no seio das organizações.

Dominar as técnicas de planeamento e execução de projectos.

Dominar noções e técnicas de análise económica-financeira.

Elaborar um projecto de investimento (plano de negócios) de âmbito internacional.

## PROGRAMA PREVISTO

1. Introdução
  - 1.1. Abordagem geral ao programa da unidade curricular
  - 1.2. Economia e empreendedorismo
  - 1.3. Empreendedorismo e novos mercados
2. Internacionalização de negócios;
  - 2.1. Atividade internacional
  - 2.2. Perfil de investimento internacional
  - 2.3. Análise de novos mercados
  - 2.4. Desafios e oportunidades
  - 2.5. Modelos de negócios
3. Elaboração do plano de negócios
  - 3.1. Produtos/serviços
  - 3.2. Mercados
  - 3.3. Marketing
  - 3.4. Estratégia
4. Análise económico-financeira
  - 4.1 Investimento
  - 4.2 Financiamento
  - 4.3. Demonstrações financeiras
  - 4.4. Indicadores de avaliação

## BIBLIOGRAFIA

- Adolpho, Conrado (2012), Os 8Ps do Marketing Digital. Texto Editores.
- Carvalho, João (1999), Cultura Empresarial e Criação de Empresas. Lisboa, Edições Sílabo. Páginas – 21:189.
- Carvalho, João (2011), Análise e relato financeiro. Texto Editores.
- Costa, Horácio e Ribeiro, Pedro (2004). Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios. Lisboa, Lidel-Edições Técnicas.
- Drucker, P. (1985), Innovation and Entrepreneurship - Practice and Principles; New York.
- Dunning, J., e Lundan, S. M. (2008), Multinational Enterprises and The Global Economy, 2ª edição, Edward Elgar, Cheltenham.
- Freire, Adriano (2008), Estratégia – Sucesso em Portugal, 12ª ed. Editorial Verbo.
- IAPMEI (2006), Como Elaborar um Plano de Negócios: O Seu Guia para um Projeto

MC JA



de Sucesso, [http://www.iapmei.pt/resources/download/GuiaPraticodoCapital de Risco2604.pdf](http://www.iapmei.pt/resources/download/GuiaPraticodoCapital%20de%20Risco2604.pdf).

IAPMEI (2006), Guia Prático do Capital de Risco, [http://www.iapmei.pt/resources/download/ GuiaPraticodoCapitaldeRisco.pdf](http://www.iapmei.pt/resources/download/GuiaPraticodoCapitaldeRisco.pdf).

Mintzberg, H., Brian. J. (1992) The strategy process - concepts and contexts. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Mariotti, Steve (2007), Entrepreneurship – Starting and Operating a Small Business, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Porter M.(1991) Estratégia Competitiva. Técnicas para análise de indústrias e da concorrência, Rio de Janeiro: Campus.

Porter, M. (1998), Competing Across Locations: Enhancing Competitive advantages through a Global strategy, HBR.

Portugal, Manuel; Reis, Nuno e Serra, Fernando (2009) Marketing para empreendedores e pequenas empresas. Lisboa, Lidel Edições Técnicas.

Salavisa, Isabel (2000) A Indústria Portuguesa: Especialização Internacional e Competitividade. Lisboa, Celta Editora.

Simões, V.C. e Castro, A. (2000), A Internacionalização das Empresas Portuguesas: Uma Perspectiva Genérica, Seminário Económico e GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia, Lisboa.

Sarkar, Soumodip (2007), Empreendedorismo e Inovação, Escolar Editora, Lisboa

Silva, Fábio Geraldês (2001). Manual do Empreendedor. Lisboa, Bertrand Editora.

Simões, Vitor (2000) Inovação e Gestão em PME. Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica, Ministério da Economia.

#### **WEBGRAFIA**

Academia dos Empreendedores - <http://www.anje.pt/academia/>

Associação Portuguesa de Business Angels - <http://www.apba.pt/>

Banco de Portugal- <http://www.bportugal.pt/pt-PT/Paginas/inicio.aspx>

Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas -<http://www.iapmei.pt/>

Instituto Nacional de Estatística -

[http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_main](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main)

Instituto Nacional da Propriedade Industrial -

<http://www.marcaspatentes.pt/index.php?section=40>

Livro Verde do Espírito Empresarial -

<http://www.iapmei.pt/resources/download/Greenpaper.pdf>

OECD - <http://www.oecd.org/>

Planos de Negócio - [http://www.bplans.com/sample\\_business\\_plans.php](http://www.bplans.com/sample_business_plans.php)

Portal da Empresa - <http://www.portaldaempresa.pt/cve/pt/eol/>

Programa Estratégico para o Empreendedorismo e Inovação - <http://www.ei.gov.pt>

Pro Inno Europe - <http://www.proinno-europe.eu/>

### CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação	Elaboração escrita de um plano de negócio com vocação internacional. O plano deverá conter a análise, avaliação e decisão estratégica para a internacionalização de bens/serviços. O plano de negócios terá que ser apresentado e discutido publicamente. A classificação final resultará da média ponderada de dois elementos de avaliação. Avaliação colectiva (60%) e avaliação individual (40%). A nota mínima para aprovação na disciplina é de 10 valores.
-----------	--

### OBSERVAÇÕES

A transmissão de conhecimentos deverá ser um processo integral, que explore ao máximo as capacidades dos mestrandos, e que os dote de ferramentas suplementares para enfrentar os desafios da vida profissional. Na unidade curricular de empreendedorismo e plano de negócios dá-se ênfase à aplicação prática de conceitos teóricos de gestão e internacionalização de negócios, culminado com a elaboração de um plano de negócios com vocação internacional. A elaboração do plano de negócios, tendo por base uma exploração de uma ideia de negócios permitirá criar um ambiente de debate sobre o assunto em causa e dessa forma uma melhor compreensão do ambiente empresarial. A elaboração do plano de negócios será acompanhada pelas docentes em sala de aula. Com esta técnica o estudante muda a sua atitude passiva no processo educativo e passa a ser um ente activo, consciente das possibilidades de aplicação dos conhecimentos adquiridos e com possibilidade de os levar à prática. O aluno deve estar ao corrente dos principais assuntos económicos da actualidade. Com esta metodologia os mestrandos ficarão melhor preparados para enfrentar os desafios atuais que se colocam às pequenas e médias empresas.

### HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
Quinta-feira	14h30-16h30	Gabinets das docentes
Sexta-feira	15h00-17h30	Gabinets das docentes

As Docentes

