



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	Mestrado em Gestão de Empresas Familiares e Empreendedorismo	ANO LECTIVO	2012-2013
--------------	---	--------------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Criar uma Empresa/Negócio		
Área Científica	Gestão		
Classificação Curricular	Obrigatória	Ano / Semestre	1º/1º

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
6	150	45(30T;15TP)	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	Olinda Sequeira	Eq. Prof. Adjunta
Teóricas	Olinda Sequeira	Eq. Prof. Adjunta
Teórico-Práticas	Olinda Sequeira	Eq. Prof. Adjunta
Práticas		
Prático-Laboratorial		

OBJECTIVOS

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

Conhecer as competências de gestão necessárias para o empreendedor;

Conhecer os processos a seguir para a argumentação e implementação de um projecto;

Aplicar instrumentos de análise financeira na análise das necessidades de financiamento e na previsão da rentabilidade do negócio.

No final da unidade curricular os alunos deverão saber elaborar um plano de negócios e deter conhecimento sobre todos os elementos necessários à sua concepção.

PROGRAMA PREVISTO

1. Introdução
 - 1.1. Abordagem geral ao programa da unidade curricular
 - 1.2. O empreendedorismo na base da criação de um negócio
 - 1.3. O perfil do empreendedor
 - 1.4. Atitude e Cultura empreendedora
 - 1.5. Empreendedorismo e inovação
 - 1.6. Inovação e crescimento económico
2. Processo e problemas da criação de uma empresa;
 - 2.1. A ideia de negócio
 - 2.2. Avaliar uma ideia de negócios
 - 2.3. Criação de novos negócios
 - 2.4. Modalidades de negócio
 - 2.5. Gestão de negócios
3. Elaboração do plano de negócios
 - 3.1. A importância do plano de negócios
 - 3.2. Tipologia de planos de negócio
 - 3.3. A estrutura do plano de negócios
 - 3.4. Análise e avaliação de opções estratégicas
 - 3.5. A elaboração e avaliação do plano de negócios
 - 3.6. Regras para a apresentação do plano
4. Plano Financeiro
 - 4.1 Necessidades de financiamento do negócio
 - 4.2 Formas de financiamento tradicionais
 - 4.3. Formas de financiamento dirigidas ao empreendedorismo
 - 4.4. Programa de incentivos para a criação de empresas
 - 4.5. Concepção, elaboração e realização do plano financeiro

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.
- Freire, Adriano (2008), Estratégia – Sucesso em Portugal, 12^a ed. Editorial Verbo.
- IAPMEI (2006), Como Elaborar um Plano de Negócios: O Seu Guia para um Projeto

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).

Kaplan, R. e D. Norton (1996), *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*, Boston, Massachusetts, Harvard Business School Press.

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.

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

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

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 Contínua	<p>Elaboração escrita de um plano de negócios, com base numa ideia de negócio, que deverá conter a análise, avaliação e decisão estratégica para a criação de uma empresa e ainda elaboração do plano financeiro. O plano de negócios terá que ser apresentado e discutido publicamente. (80% da nota global da disciplina).</p> <p>Exame escrito respeitante ao processo formal de criação de uma empresa (20%).</p> <p>A classificação final resultará da média ponderada dos dois elementos de avaliação. A nota mínima para aprovação na disciplina é de 10 valores.</p>
Avaliação Final	<p>Prova escrita com o peso de 100%. Esta prova será realizada pelos alunos que obtiverem uma classificação inferior a 10 valores, numa escala de 0 a 20 valores, na avaliação de frequência.</p>

OBSERVAÇÕES

A transmissão de conhecimentos deverá ser um processo integral, que explore ao máximo as capacidades dos mestrandos, e os dote de ferramentas suplementares para enfrentar os desafios da vida profissional. Na unidade curricular de criação de um negócio/empresa dá-se ênfase à aplicação prática de conceitos teóricos de gestão estratégica e financeira, culminado com a elaboração de um plano de negócios. 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 pela docente 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 as questões quotidianas ao nível da gestão das pequenas e médias empresas.

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
Quarta-feira	14h30-16h30	Gabinete da docente (B 181)
Sexta-feira	15h00-17h30	Gabinete da docente (B 181)

A Docente
