

Unidade Curricular: *Empreendedorismo*

Curso: Engenharia Informática

Ano: 3

Regime: Semestral - 2º

Ano Lectivo: 2009/2010

Carga Horária Total: 135 horas

Horas de Contacto: TP: 70 horas

Créditos: 5 ECTS

Docente: *Professor Coordenador Carlos Manuel Coelho Duarte*

Objectivos:

No final do ano lectivo os alunos devem possuir uma linguagem comum e uma capacidade de análise que lhes permita esquematizar e pré-preparar o seu projecto empresarial, nos domínios do marketing, qualidade, administração e contabilidade, fiscalidade, segurança e ambiente, sistemas de produção, inovação tecnológica e financiamento.

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 um Plano de Negócios e 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.

PROGRAMA:

1. Conceitos de empreendedorismo

- 1.1 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 mercado e análise da estrutura competitiva

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 (IAPMEI e outras) - análise da legislação em vigor

5.3 Instituições financeiras (bancos e sociedades de capital de risco)

6. Como criar a sua empresa

6.1 Instituições e documentação necessária à constituição da empresa

6.2 A equipa empresarial

6.3 O pacto social

6.4 O início de actividade

7. Sucesso / insucesso empresarial

MÉTODO DE AVALIAÇÃO:

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 sirvam 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 e 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;
- 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 das 14ª e 15ª semanas o Plano de Negócios para implementação da ideia, com entrega de um Relatório Final durante o período das frequências.

Avaliação:

A avaliação da cadeira processar-se-á através de exame final. No entanto é facultada aos alunos a possibilidade de dispensa a esse exame, através da realização das seguintes componentes de avaliação contínua com nota mínima final de 10 valores:

- Participação oral nas aulas e na discussão dos projectos: 25%
- Apresentação e relatório da Análise/Plano de Oportunidade: 30%
- Apresentação do Plano de Negócios e Relatório Final do projecto: 45%

BIBLIOGRAFIA:

- Costa, Horácio e Ribeiro, Pedro (2004). Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios. Lisboa: Lidel-Edições Técnicas.
- Silva, Fábio Geraldês (2001). Manual do Empreendedor. Lisboa: Bertrand.
- Carvalho, João (1999). Cultura Empresarial e Criação de Empresas. Lisboa: Edições Sílabo. Páginas – 21:189.
- Portugal, Manuel; Reis, Nuno e Serra, Fernando (2009) Marketing para empreendedores e pequenas empresas. Lisboa: Lidel Edições Técnicas.
- Jordan, H.; Neves, João Carvalho; e Rodrigues, J.A.(2002) Controlo de Gestão: Ao Serviço da Estratégia e dos Gestores. Lisboa: Áreas Editora
- Lambin, Jean-Jacques (2000) Marketing Estratégico. McGraw-Hill, 4ª ed.

