



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

PROGRAMA

Curso: Gestão de Empresas – Opção Gestão Financeira
Ano Lectivo 2003/2004

Disciplina: Projecto Empresarial

3º Ano / 2º Semestre

Regime: Semestral

Carga Horária: 2 Teóricas + 2 Práticas

Docente: Jorge Manuel Marques Simões (Eq. a Assistente 1º Triénio)

OBJECTIVOS

O objectivo da disciplina é reunir o conjunto dos conhecimentos, teóricos e práticos, apreendidos pelos alunos ao longo da sua formação académica e inseri-los de forma organizada e coerente na elaboração estratégica de um projecto empresarial e procederem à sua avaliação em termos técnicos, económicos e financeiros.

A disciplina terá por base a realidade empresarial que o nosso país atravessa neste momento, através da realização do projecto anteriormente referido, devendo este ser suportado pela bibliografia mais recente até à data da elaboração.

Visa-se também desta forma, fazer com que os alunos trabalhem em grupo, de forma a fomentar o espírito de equipa, e também que tenham a noção que para proceder à obtenção de informação vão enfrentar dificuldades, que terão de suplantar, visando a obtenção de informação quantitativa e qualitativa.

PROGRAMA

1. ENVOLVENTE INTERNA

1.1. A EMPRESA

- 1.1.1. Origens
- 1.1.2. Características
- 1.1.3. Fixação de objectivos
- 1.1.4. Planeamento Estratégico e Planeamento Tático

1.2. A FUNÇÃO PRODUÇÃO

- 1.2.1. Tipos de processo de produção
- 1.2.2. Selecção do Processo Produtivo
- 1.2.3. O Controlo da Qualidade
- 1.2.4. Produtividade

1.3. A FUNÇÃO FINANCEIRA

- 1.3.1. As ferramentas contabilísticas
- 1.3.2. O equilíbrio financeiro
- 1.3.3. Rentabilidade e Autofinanciamento

1.4. A FUNÇÃO COMERCIAL

- 1.4.1. A estratégia de Marketing
- 1.4.2. Análise Matricial
- 1.4.3. Identificação dos Clientes-Alvo

1.5. A FUNÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS

- 1.5.1. A Gestão do Pessoal
- 1.5.2. Estratégia dos Recursos Humanos



1.6. PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS

1.7. OPÇÕES ESTRATÉGICAS

2. ENVOLVENTE EXTERNA

2.1. CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE EXTERNO DA EMPRESA

2.1.1. Análise da evolução do mercado

2.1.1.1. O Contexto Económico

2.1.1.2. O Contexto Politico-Legal

2.1.1.3. O Contexto Tecnológico

2.1.1.4. O Contexto SócioCultural

2.1.2. Análise da Concorrência

2.1.3. Ameaças e Oportunidades

Forget - CPJ
3

Metodologia e Avaliação

As aulas serão teórico-práticas, sendo as matérias teóricas apoiadas pela discussão de casos práticos, com participação activa dos alunos.

A avaliação da disciplina será através de exame final. Porém é permitida aos alunos a possibilidade de dispensa a esse exame, através da realização de um relatório final com nota mínima de **11** valores, em grupos de 3 a 4 elementos.

Esse relatório será constituído por 2 relatórios parciais, os quais serão alvos de apresentação para a turma e discussão com o docente da disciplina.

Logo, o processo de avaliação será baseado em:

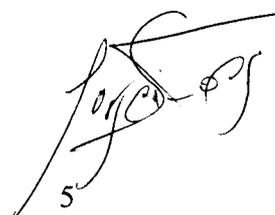
- Avaliação dos relatórios parciais e apresentação perante a turma;
- Discussão dos mesmos, entre o docente e os elementos do grupo;
- Avaliação do relatório final

A Classificação acima obtida poderá ser acrescida até ao limite de um valor, tendo em atenção a participação e assiduidade dos alunos nas aulas.

Handwritten signature and initials in the bottom right corner of the page.

BIBLIOGRAFIA ACONSELHADA

- Sousa, António de (1996), Introdução à Gestão – Uma Abordagem Sistémica, Editorial Verbo;
- Borges, António., Martins, Ferrão (2000), A Contabilidade e a Prestação de Contas, Editora Rei Dos Livros;
- Brealey, Richard A., Myers, Stewart C. (1999), Princípios de Finanças Empresariais, Editora Mcgraw Hill;
- Chiavenato, Idalberto., Administração de Recursos Humanos (3 Volumes), S. Paulo, Atlas 1981;
- Programa Operacional da Economia 2000/2006, Ministério da Economia;
- Santos, Francisco Lopes dos, Estratégia para PME, Mitos e Realidades, O Caso in PME, Editora Rei dos Livros, 1998;
- Freire, Adriano, Estratégia – Sucesso em Portugal, Editorial Verbo, 1997;
- Lindon, Denis; Lendrevie, Jacques, Lendrevie; Rodrigues, Joaquim; Dionisio, Pedro; Mercator Teoria e Prática do Marketing, das Publicações Dom Quixote, 1999;



Handwritten signature and date: 10/10/05