



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	Curso de Gestão de Empresas 1º Ciclo	ANO LECTIVO	2014/2015
	Ramo Organização e Gestão de Empresas		

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Empreendedorismo	Código	9152126
Área Científica	Gestão		
Tipo	Obrigatória	Ano / Semestre	3/S1

Créditos ECTS	Horas Totais de Trabalho	Horas de Contacto (HC)						Outra
		T	TP	P	PL	OT	E	
6	162.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Docentes		Categoria	Nº de HC
Responsável	Eduardo Brou	Professor Adjunto Convidado	
Teóricas			
Teórico-Práticas	Eduardo Brou	Professor Adjunto Convidado	75
Práticas			
Prática Laboratorial			
Orientação Tutorial			
Estágio			

Objectivos de Aprendizagem

O desígnio da cadeira é fomentar o espírito empreendedor dos alunos, dotando-os duma

visão genérica sobre o fenómeno do empreendedorismo e seus determinantes, dotando-os dos principais conceitos, modelos e ferramentas que os permitam participar no processo de criação e gestão de novos negócios

Conteúdos Programáticos (resumido)

I – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO II - O EMPREENDEDOR III – O PROCESSO DE INOVAÇÃO E A IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES. IV - O PLANO DE NEGÓCIOS. V – ANÁLISE E FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA VI - O PLANO DE MARKETING DA NOVA EMPRESA VII – REUNIÃO E GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS VIII – A FORMA JURÍDICA IX – O FINANCIAMENTO X – ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA XI - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO

Conteúdos Programáticos (detalhado)

I – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

1. Empreendedorismo; conceitos gerais. 2. O Empreendedorismo em Portugal e no mundo. 2.1. O empreendedorismo e a atividade económica. 2.2. Determinantes nacionais do empreendedorismo 2.3. Determinantes pessoais do empreendedorismo. 2.4. Influência da esfera nacional cultural.

II - O EMPREENDEDOR

1. Definições de empreendedor. 2. A decisão de empreender. 3. O histórico do empreendedor. 4. Diferenciar inventores, empreendedores e gestores. 5. Características genéricas do empreendedor bem sucedido. 6. A equipa da nova empresa.

III – O PROCESSO DE INOVAÇÃO E A IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES.

1. Oportunidades e ideias. 2. Fontes de novas ideias 3. Tendências na envolvente ambiental e oportunidades. 4. Métodos de geração de novas ideias. 5. Avaliação das ideias. 6. A proteção da propriedade intelectual. 7. O modelo de negócio (A Tela do Modelo de Negócio). 8. Franchising.

IV – O PLANO DE NEGÓCIOS; UMA INTRODUÇÃO

1. As partes componentes do plano de negócios 2. A apresentação do plano de negócios.

V – ANÁLISE E FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA

1. Visão e missão. 2. Análise externa (geral e da indústria). 3. Análise interna. 4. Análise SWOT. 5. Estratégias genéricas.

VI - O PLANO DE MARKETING DA NOVA EMPRESA

1. Conceitos genéricos de Marketing. 2. Estudo de mercado. 3. Segmentação. 4. Escolha do mercado alvo e posicionamento. 5. A marca. 6. Comportamento do consumidor. 7. O marketing-mix.

VII – REUNIÃO E GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS

1. Gestão dos recursos humanos. 2. Recrutamento e seleção da equipa. 3. A motivação da equipa. 4. A liderança. 5. A comunicação. 6. A gestão de conflitos. 7. Desenvolvimento de competências na equipa.

EF

VIII – A FORMA JURÍDICA DA NOVA EMPRESA 1. As empresas singulares. 2. As sociedades. 3. As formalidades da criação da nova empresa.

IX – O FINANCIAMENTO DA NOVA EMPRESA

1. Financiamento por capital alheio e/ou capital próprio.

2. Determinação do capital necessário.

X – ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DA NOVA EMPRESA 1. A atividade da empresa. 1.1. O breakeven. 1.2. Análise de sensibilidade. 2. Demonstrações financeiras.

2.1. A demonstração de resultados. 2.2. Balanço. 2.2. Mapa de fluxos de caixa. 3. O equilíbrio financeiro e o fundo de maneoio. 4. Rácios de análise económico-financeira.

4.1. Rácios de liquidez. 4.2. Rácios de financiamento. 4.3. Rácios de atividade. 4.4.

Rácios de rentibilidade.

XI - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO (breve Revisão)

1 – Regras de decisão de investimento. (Payback; VAL; TIR)

XII – O PLANO DE NEGÓCIOS; REVISÃO

Coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos

Os dois primeiros capítulos do programa visam apresentar o fenómeno do empreendedorismo e seus determinantes. Os restantes capítulos do programa visam apresentar os conceitos, modelos e ferramentas que permitam os alunos participar no processo de criação e gestão de novos negócios.

Metodologias de ensino

Aulas teórico-práticas em que se apresenta e discute a matéria base, com apresentação de casos de estudo que servem de apoio à matéria teórica. Os Planos de Negócios dos alunos são desenvolvidos e acompanhados ao longo das aulas.

Coerência das metodologias de ensino com os objectivos

A complementação da exposição teórica através de estudos de casos serve para sedimentar a sua aprendizagem. Durante a elaboração do Plano de Negócios, acompanhada pelo professor nas aulas, os alunos colocarão em prática os conceitos, modelos e ferramentas aprendidos, testando e expandindo a teoria previamente aprendida.

Metodologias de avaliação

1 Teste Escrito, sem consulta: 20% - Trabalho de grupo (Plano de Negócios): 75% - Qualidade de Participação nas Aulas: 5%. Exame Final para os não dispensados (exigida a execução prévia do trabalho de grupo, com nota mínima de 8 val.)

Pré requisitos

Conhecimentos elementares de Gestão.

Bibliografia principal (máx 4 ref.)

- Ferreira, M. e Santos, J. e Serra, F. (2008). *Ser Empreendedor; Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. Lisboa: Sílabo
- Osterwalder, A. e Pigneur, Y. (2011). *Criar Modelos de Negócio*. Lisboa: Dom Quixote
- Barros, H. (2005). *Análise de Projectos de Investimento*. Lisboa: Edições Sílabo

Software

Observações

Docente

Éduardo Bico

Diretor de Curso

