

TeSP - Automação Industrial

Técnico Superior Profissional
Plano: Plano TeSP

Ficha da Unidade Curricular: Atelier de inovação e Empreendedorismo

ECTS: 2; Horas - Totais: 54.0, Contacto e Tipologia, TP:30.0;
Ano|Semestre: 1|S2; Ramo: Tronco comum;
Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 62639
Área de educação e formação: Gestão e Administração

Docente Responsável

Jorge Manuel Marques Simões
Professor Adjunto

Docente e horas de contacto

António Gabriel Simão de Castro
Assistente Convidado, TP: 30;

Objetivos de Aprendizagem

Desenvolvimento da ideia e aplicação no mercado. Identificar oportunidades e ameaças. Compreender a importância do plano de negócios para a avaliação da ideia de negócio. Identificar os instrumentos de financiamento ao empreendedorismo. Elaborar um plano de negócios e testar a ideia de negócio.

Conteúdos Programáticos

- 1 - INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO
- 2 - O EMPREENDEDOR
- 3 - O PROCESSO DE INOVAÇÃO E A IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES
- 4 - O PLANO DE NEGÓCIOS
- 5 - ANÁLISE E FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA
- 6 - O PLANO DE MARKETING DA NOVA EMPRESA
- 7 - A FORMA JURÍDICA DA NOVA EMPRESA
- 8 - ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DA NOVA EMPRESA (breve Introdução)
- 9 - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO (breve Introdução)

Conteúdos Programáticos (detalhado)

- 1 - INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO
 - 1.1. Empreendedorismo; conceitos gerais.
 - 1.2. O Empreendedorismo em Portugal e no mundo.
- 2 - O EMPREENDEDOR
 - 2.1. Definições de empreendedor.
 - 2.2. A decisão de empreender.
 - 2.3. O histórico do empreendedor.
 - 2.4. Diferenciar inventores e empreendedores.
 - 2.5. Características genéricas do empreendedor bem sucedido.
- 3 - O PROCESSO DE INOVAÇÃO E A IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES.



- 3.1. Oportunidades e ideias.
- 3.2. Fontes de novas ideias
- 3.3. Tendências na envolvente ambiental e oportunidades.
- 3.4. Métodos de geração de novas ideias.
- 3.5. Avaliação das ideias.
- 3.6. A proteção da propriedade intelectual.
- 3.7. O modelo de negócio (A Tela do Modelo de Negócio).
- 4 – O PLANO DE NEGÓCIOS
- 4.1. As partes componentes do plano de negócios
- 4.2. A apresentação do plano de negócios.
- 5 – ANÁLISE E FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA
- 5.1. Visão e missão.
- 5.2. Análise externa (geral e da indústria).
- 5.3. Análise interna.
- 5.4. Análise SWOT.
- 5.5. Estratégias genéricas.
- 6 - O PLANO DE MARKETING DA NOVA EMPRESA
- 6.1. Conceitos genéricos de Marketing.
- 6.2. Estudo de mercado.
- 6.3. Segmentação.
- 6.4. Escolha do mercado alvo e posicionamento.
- 6.5. A marca.
- 6.6. O marketing-mix.
- 7 – A FORMA JURÍDICA DA NOVA EMPRESA
- 7.1. As empresas singulares.
- 7.2. As sociedades.
- 7.3. As formalidades da criação da nova empresa.
- 8 – ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DA NOVA EMPRESA (breve Introdução)
- 8.1. A atividade da empresa.
- 8.2. Demonstrações financeiras.
- 8.3. Rácios de análise económico-financeira.
- 9 - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO (breve Introdução)
- 9.1. – Regras de decisão de investimento. (Payback; VAL; TIR)

Metodologias de avaliação

O sistema de avaliação é contínuo, apoia-se em: Trabalho individual a ser apresentado, defendido em sala de aula. Tema a definir com o docente(90%); Participação nas aulas: assiduidade, pontualidade, qualidade das intervenções e exercícios complementares(10%)

Software utilizado em aula

Não aplicável.

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Pigneur, Y. e Osterwalder, A. (2011). *Criar Modelos de Negócio*. (Vol. 1). Lisboa: D. Quixote
- Marina, E. e M., J. (2013). *El Aprendizaje de La Creatividad*. (Vol. 1). Espana : Ariel

- De Bono, E. (2012). *Creatividad - 62 ejercicios para desarrollar la mente*. (Vol. 1). Espana : Paidos
- Taylor, R. (2014). *Creativity at Work*. (Vol. 1). London: Kogan Page

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

O programa parte do pressuposto de que parte das competências necessárias à actividade empreendedora deve ser adquirida em contexto pedagógico específico, capaz de proporcionar o conhecimento e a reflexão sobre modelos de práticas empreendedoras, bem como a sua observação através do contacto directo com os empreendedores.

Metodologias de ensino

Aulas teórico-práticas: a) Método expositivo, com recurso a audiovisuais; b) Método participativo, com recurso à discussão de questões; c) Apresentação e análise de casos de empreendedorismo; d) Construção de um estudo de caso.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A metodologia assenta numa abordagem integrada, que articula reflexão e experiência prática, utilizando metodologias expositivas e activas, recorrendo aos formatos — exposição de conteúdos teóricos, conferências seguidas de debate, apresentação e análise de casos práticos, visando:

- 1-Identificar o quadro conceptual, a partir da análise das diferentes abordagens ao conceito de empreendedorismo;
- 2-Perspectivar o papel do empreendedor;
- 3-Identificar e analisar boas práticas de empreendedorismo, tanto nacionais, como internacionais;
- 4-Integrar e aplicar os conhecimentos adquiridos e apresentá-los sob a forma de Estudo de Caso.

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

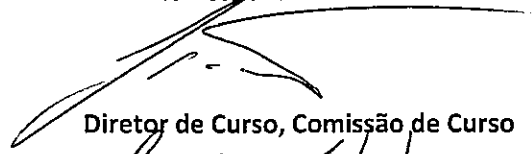
Não aplicável.

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável.

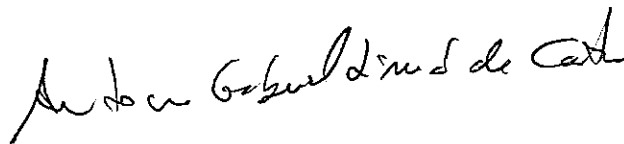
Observações

Docente Responsável


Diretor de Curso, Comissão de Curso

Conselho Técnico-Científico




Professor Gabriel Dias de Castro

