

Curso	<b>Gestão e Gestão de Recursos Humanos</b>			Ano letivo	2018/2019		
Unidade Curricular	<b>Empreendedorismo</b>			ECTS	3		
Regime	<b>Obrigatório</b>						
Ano	<b>3º</b>	Semestre	<b>2º sem</b>	Horas de trabalho globais			
Docente	<b>Vítor Gabriel</b>			Total	84	Contacto	45
Coordenador área disciplinar	<b>Amândio Baía</b>						

### GFUC previsto

## 1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Pretende-se que o estudante ganhe conhecimentos e competências na área do empreendedorismo, através da promoção de desafios e novas oportunidades. Assim, o estudante deve tornar-se um empreendedor que é, por natureza, um stakeholder preocupado com o desenvolvimento sustentável e com as relações de confiança e respeito para com os restantes stakeholders e, acima de tudo, deve ter uma ideia poderosa para provocar uma mudança social positiva, com criatividade, capacidade, determinação e unidade para a transformar em realidade. Pretende-se que o estudante encare o futuro profissional com a determinação de procurar ativamente oportunidades de valorização de produtos/atividades e de as transformar em benefício próprio e da comunidade.

## 2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

### Capítulo 1 – O Empreendedorismo

#### 1.1. Motivação e perfil do empreendedor

### Capítulo 2 – Análise e deteção de oportunidades

#### 2.1. Ideias de negócios

#### 2.2. Análise de mercado e técnicas de identificação de oportunidades

### Capítulo 3 – O plano de negócio

#### 3.1. Planeamento estratégico e operacional do negócio

#### 3.2. Planeamento financeiro

### Capítulo 4 – Técnicas de negociação

### Capítulo 5 – Legislação empresarial

## 3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Os conteúdos programáticos foram definidos de acordo com os objetivos(O) a atingir e competências(C) a adquirir:

Cap.1 e Cap.2: O- Identificar desafios e oportunidades com o empreendedorismo/C- Perceber as especificidades do empreendedorismo;

Cap.3, Cap.4 e Cap.5: O- Cimentar a informação e conhecimento obtido ao longo do plano de formação através do cruzamento de informação numa orientação prática e de aplicação real /C- Conseguir delinear projetos empreendedores.

#### **4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL**

- Araújo, G. (2007).“Empreendedorismo Criativo”, Editora Ciência Moderna.
- Birkley, Sue; Muzyka, Daniel F.(2000).“Mastering Entrepreneurship: The Complete MBA Companion in Entrepreneurship”, Pearson Education Limited.
- Chiavenato, Idalberto.(1995).“Vamos abrir um negócio?”, Makron Books, são Paulo.
- Drucker, P. (2005).“Inovação e Espírito Empreendedor – Prática e Princípios”, São Paulo: Editora Pioneira.
- Ferreira, M., Santos, J.; Serra, F. (2010).“Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa”, Ed. Sílabo.
- Jorge, O. (2009).“Gestão da Inovação”, Editora Principia.
- Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. (2010). Marketing 3.0, John Wiley & Sons. NEW Jersey. USA.
- Lambin, J. (2000).“Marketing Estratégico”, Mc Graw-Hill.
- Lendrevie, J.; et al. (2011). Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing, Publicações Dom Quixote, 14ª Ed.
- Mullins, John W., (2003).“The New Business Road Test”, Prentice Hall.
- Redford, D. (2013).“Handbook de Educação em Empreendedorismo no contexto português”, Universidade Católica Editora: Fundação Luso-Americana.
- Richard, Dorf; Byers, Thomas (2005).“Technology Ventures: From Idea to Enterprise”, McGraw Hill.
- Stutely, Richard, (2002).“The definitive business plan”, 2nd ed., Prentice Hall.
- Vinturella, John B.; Erickson, Suzanne M., (2004).“Raising Entrepreneurial Capital”, Elsevier.

#### **5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)**

Metodologias de ensino utilizadas:

- Aulas teórico-práticas: método expositivo com utilização de audio-visuais; resolução de casos práticos com debate;
- Workshops: Para cada uma das principais partes do Plano de Negócio: Componente de Marketing; Componente Financeira; Componente Legal;
- Tutorias especializadas: acompanhamento e orientação dos trabalhos de grupo.

Método de Avaliação:

o estudante obtém aprovação quando a classificação do exame seja igual ou superior a dez (10) valores, numa escala inteira entre zero e vinte, em datas fixadas pela Direção da ESTG.

## **6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR**

As Lições Expositivas e o Debate, permitirão cimentar a informação e conhecimento através do cruzamento de informação numa orientação prática e de aplicação real

Com o Trabalho de grupo, a Pesquisa individual e o Trabalho de campo pretende-se que os alunos consigam ser empreendedores com a apresentação final de um plano de negócios.

O Debate, a Observação de processos e Resolução de problemas com as orientações tutoriais permitirão uma melhor consolidação de conhecimentos.

## **7. REGIME DE ASSIDUIDADE**

Não aplicável.

## **8. CONTATOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO**

**Docente:** Vítor Gabriel

**Email:** [vigab@ipg.pt](mailto:vigab@ipg.pt)

**Telefone:** +351 271 220 111 – ext.1217

**Gabinete do Docente:** 17

**Horário de Atendimento:** 2<sup>a</sup>feira 9:30-11:30

Data: março de 2019

A COORDENAÇÃO DA ÁREA DISCIPLINAR

*Prof. Doutor Amândio Baía*

O DOCENTE

*Prof. Doutor Vítor Gabriel*