

<i>Curso</i>	Mestrado em Gestão – Empreendedorismo e Inovação	<i>Ano letivo</i>	
<i>Unidade Curricular</i>	Empreendedorismo	ECTS	6
<i>Regime</i>	Obrigatório		
<i>Ano</i>	1º	<i>Semestre</i>	1º sem
<i>Docente (s)</i>	Vítor Manuel de Sousa Gabriel	<i>Total</i>	168
<i>Coordenador de área</i>	Amândio Baia	<i>Contacto</i>	60

GFUC Previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Perceber as especificidades do empreendedorismo;
 Conseguir delinear projetos de negócio empreendedores;
 Cimentar a informação e conhecimento obtido ao longo do plano de formação através do cruzamento de informação numa orientação prática e de aplicação real;
 Desafios e oportunidades com o empreendedorismo;
 Estudo de casos ilustrará as decisões e as ações utilizadas por empreendedores para explorar oportunidades.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

- 1 - Motivação e perfil do empreendedor
- 2 - Ideias de negócios
- 3 - Técnicas de identificação de oportunidades
- 4 - Plano de negócio
- 5 - Negociação
- 6 - Planeamento financeiro
- 7 - Legislação empresarial
- 8 - Planeamento operacional e estratégico do negócio.

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:

Ponto 1 – O: Desmistificar o empreendedorismo e clarificar conceitos; C: motivar e capacitar para o empreendedorismo;

Ponto 2 – O: Identificar diferentes técnicas de geração de ideias e criatividade; C: Capacitar e dominar algumas técnicas de criatividade;

Ponto 3 – O: Apresentar e caracterizar técnicas de identificação de oportunidades; C: Identificar e analisar as oportunidades;

Ponto 4 – O: Apresentar e caracterizar plano de negócio; C: Capacitar para construção de plano de negócio.

Ponto 5 – O: Dar a conhecer diferentes técnicas e métodos de negociação; C: Capacitar em termos negociais.

Ponto 6 – O: Saber o que é um plano financeiro e como se define; C: construir um plano financeiro de um negócio.

Pontos 7 e 8 – O: integrar o negócio no mercado definindo a sua estratégia e plano operacional; C: Ensinar a construir um plano estratégico e operacional de um negócio.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Lis Birkley, Sue & Muzyka, Daniel F.(2000). Mastering Entrepreneurship: The Complete MBA Companion in Entrepreneurship. Pearson Education Limited.

Jones, Oswald & Tilley, Fiona, (2003). Competitive Advantage in SMEs. John Willey & Sons Ltd.

Mullins, John W. (2003). The New Business Road Test. Prentice Hall.

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:

Lição expositiva; Trabalho de grupo; Debate; Trabalho de campo; Observação de processos; Resolução de problemas; Pesquisa individual; Estudo de casos.

Metodologia de Avaliação:

A avaliação da UC será composta a 100% pela elaboração de um trabalho de campo.

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

As Lições Expositivas e o Debate permitirão dotar os estudantes dos conhecimentos necessários para intervirem em mercados internacionais.

Com o Trabalho de campo e a Pesquisa individual pretende-se que os estudantes consigam ter capacidade de decisão estratégica em mercados

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Não aplicável

8. CONTATOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Docente: Vítor Gabriel (vigab@ipg.pt); Telefone: 271220120; Gabinete: 17 Voip 1217

Horário Atendimento: 3ª feira: 10:00-12:00m;

Coordenador da área científica

O docente

(Prof. Dr. Amândio Baía)

(Prof. Dr. Vítor Gabriel)