

	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.008.02
-----------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------	--------------------------

<i>Curso</i>	Mestrado em Marketing e Comunicação		<i>Ano letivo</i>	2021/2022			
<i>Unidade Curricular</i>	Inovação, Criatividade e Empreendedorismo		<i>ECTS</i>	4			
<i>Regime</i>	Obrigatória (Área de especialização: Marketing)						
<i>Ano</i>	1º	<i>Semestre</i>	2º	<i>Horas de trabalho globais</i>			
<i>Docente (s)</i>	A definir			<i>Total</i>	112	<i>Contacto</i>	45
<i>Coordenador</i>	PhD Amândio Baía						

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Pretende-se que os alunos adquiram competências em termos de:

- Contextualizar, perceber a necessidade e importância da inovação, criatividade e o empreendedorismo nas modernas economias;
- Cimentar a informação e conhecimento obtido ao longo do plano de formação através do cruzamento de informação numa orientação prática e de aplicação real;
- Desenvolver competências e capacidades relativas à inovação, criatividade e empreendedorismo.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. O Empreendedorismo
 - 1.1. Motivação e Perfil do Empreendedor
2. Criatividade e Inovação
 - 2.1. A necessidade de ser criativo
 - 2.2. Desenvolvimento de competências criativas – combinação, produção e seleção de ideias
 - 2.3. Técnicas de Identificação de Oportunidades
 - 2.4. Âmbito da Inovação, classificação e tipos de inovação
 - 2.5. Medidas e Fontes de Inovação
 - 2.6. Inovação como um Processo de Gestão
 - 2.7. Fatores que condicionam o resultado da inovação
3. Processo de Desenvolvimento da Inovação
 - 3.1. Definição da Oportunidade / problema
 - 3.2. Pesquisa e contextualização
 - 3.3. Ideação
 - 3.4. Análise preliminar e desenvolvimento de protótipos
 - 3.5. Preparação do desenvolvimento e lançamento
4. O Projeto de Empreendedorismo
 - 4.1. Conceito e definição do projeto
 - 4.2. Planeamento estratégico e operacional do projeto
 - 4.3. Planeamento financeiro
 - 4.4. Enquadramento legal do projeto

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

Esta unidade curricular, através dos conteúdos programáticos desenvolvidos, visa contribuir para a formação integral do aluno em termos pessoais e profissionais. Para tal, o conteúdo programático ajuda à formação e preparação dos alunos sensibilizando-os para a necessidade do saber ser e do saber fazer, no domínio da inovação, criatividade e empreendedorismo.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

- Bessant, John e Tidd, Joe (2019). Inovação e Empreendedorismo. 9ª Edição, Bookman, Porto Alegre, Brasil.
- Byrge, C. (2020). How to Teach Creativity. Publicado por Business Research & Business Design, Copenhaga, Dinamarca.
- Clark, Tim (2012). Modelo de Negócio EU. Dom Quixote, Alfragide, Portugal
- Drucker, Peter (1999). *Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios*. Pioneira, São Paulo.
- Fagerberg, J. and Mowery, D. and Nelson, R. (2004). *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Ferreira, M., Santos, J.; Serra, F. (2010). "Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa", Ed. Sílabo.
- Goldenberg, J and Mazursky, D. (2002). *Creativity in Product Innovation*. Port Melbourne: Cambridge University Press.
- Hisrich, Robert D.; Peters, Michael P. e Shepherd, Dean A. (2014). Empreendedorismo. AMGH Editora Lda., Grupo A Educação S.A., Porto Alegre, Brasil.
- Huber, Luki e Veldman, Gerrit Jan (2019). Manual Thinking: a ferramenta essencial para gerir o trabalho criativo em equipa. Casa das Letras - Leya, Alfragide, Portugal.
- Osterwalder, Alexander e Pigneur, Yves (2011). Criar Modelos de Negócios. Dom Quixote, Alfragide, Portugal
- Ries, Eric (2017). The Lean Startup. Viking Books, Penguin Books, EUA.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Metodologias de ensino utilizadas:

As aulas serão divididas em duas componentes:

- Exposição sistemática relativa aos conteúdos dos temas, por parte dos docentes;
- Elaboração e discussão de trabalhos de investigação, por parte dos alunos.

Metodologias de ensino utilizadas:

- ✓ Método expositivo teórico-prático com utilização de meios audiovisuais
- ✓ Estudos de casos
- ✓ Realização de trabalho de campo
- ✓ Utilização de tecnologias de informação para aprendizagem
- ✓ Disponibilização de conteúdos em e-learning
- ✓ Orientação tutorial

Método de Avaliação:

A avaliação do período Ensino-Aprendizagem será efetuada segundo os seguintes critérios:

- i. Trabalho de grupo (2 a 4 elementos) que consiste no desenvolvimento de uma inovação e construção do seu projeto empreendedor – 80%;
- ii. Apresentação e defesa do projeto – 20%

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

Com as lições expositivas, os exemplos, dramatizações, e os estudos de casos pretende-se que os alunos compreendam a importância do estudo do comportamento do consumidor para o Marketing e Comunicação.

Com o trabalho de grupo, pretende-se que os alunos, aplicando algumas técnicas de pesquisa, desenvolvam investigação na área, definindo objetivos, metodologia e trabalho de campo.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

A definir

A COORDENAÇÃO DA ÁREA DISCIPLINAR

PhD Amândio Baía

O DOCENTE

A definir