
1. Caracterização da Unidade Curricular

1.1 Designação

[3872] Empreendedorismo / Entrepreneurship

1.2 Sigla da área científica em que se insere

CSO, IC

1.3 Duração

S, S1, S2, Unidade Curricular Semestral

1.4 Horas de trabalho

167h 30m, h 00m

1.5 Horas de contacto

Total: 60h 00m, h 00m das quais T: 30h 00m, h 00m | TP: 30h 00m, h 00m

1.6 ECTS

6.5

1.7 Observações

Unidade Curricular Opcional

2. Docente responsável

Não existe docente responsável para esta unidade curricular

3. Docentes e respetivas cargas

letivas na unidade curricular [1083] Helena Maria dos Santos Paulo | Horas Previstas: 120 horas

[1513] Isabel Maria da Silva João | Horas Previstas: 60 horas

4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

Com esta unidade curricular pretende-se que os alunos ganhem conhecimentos e competências na área do empreendedorismo através do desenvolvimento de ideias, desafios e novas oportunidades de negócio. Pretende-se que o aluno ganhe aptidão para se tornar empreendedor e que se torne um indivíduo determinado em procurar novas oportunidades de uma forma enérgica e poder aproveitá-las de forma empreendedora em benefício da sociedade e em seu próprio benefício. Os alunos irão desenvolver competências ao nível das várias áreas funcionais da organização como a análise de mercado, o planeamento estratégico, as operações, a análise financeira ganhando aptidão para a elaboração do plano de negócios.

**4. Intended learning outcomes
(knowledge, skills and
competences to be developed
by the students)**

With this course it is intended that students gain knowledge and skills in entrepreneurship through the development of ideas, challenges and new business opportunities. It is intended that students gain the ability to become entrepreneurs and determined in the search for new opportunities in an active way and use them for the benefit of society and their own individual benefit. Students will develop skills in the various functional areas of the organization such as market analysis, strategic planning, operations, financial analysis earning aptitude for making the business plan.

5. Conteúdos programáticos

1.O Empreendedor. Origem, definição e análise histórica. De empreendedor a empresário. O perfil do empreendedor. Competências chave do empreendedor

2.Empreendedorismo e inovação. Tendências que acentuam a importância da inovação. As várias formas de inovação. Desenvolvimento de novos produtos. Passos do processo de desenvolvimento de novos produtos. As várias fases do ciclo de vida de um produto

3.Papel do marketing na nova empresa. O estudo de Mercado. Segmentação do mercado. O mercado alvo. O posicionamento de marketing. A marca. O comportamento do consumidor. Marketing Mix

4.Planeamento estratégico. O processo de planeamento estratégico. Ideias de negócio a desenvolver e oportunidade de negócio. Estruturação do projeto empresarial

5.Plano de negócios. Estrutura do plano de negócios. Sumário executivo, planeamento estratégico do negócio, descrição dos empreendedores e do negócio, plano de marketing, plano financeiro. Demonstrações financeiras previsionais. Gestão e controlo do negócio

5. Syllabus

1.The entrepreneur. Origin, definition, and historical analysis. From entrepreneur to businessman. The profile of the entrepreneur. Key skills of the entrepreneur.

2. Entrepreneurship and innovation. Trends that emphasize the importance of innovation. The various forms of innovation. Development of new products. Steps of the development process of new products. The various phases of the life cycle of a product.

3.The role of the marketing in the new business. Market research, market segmentation, the target market, positioning. the brand, consumer behaviour and marketing mix.

4.Strategic Planning. The strategic planning processes. Development of business ideas and business opportunity. Structuring the business project.

5 Business Plan. Structuring the business plan. Executive summary, strategic business planning, description of the entrepreneurs and of the business, marketing plan, financial plan. Projected financial statements. Management and control of the business.

6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos programáticos da unidade curricular de empreendedorismo foram definidos tendo por base os conhecimentos, competências e aptidões a adquirir por parte dos alunos. Os conteúdos da unidade curricular de empreendedorismo são coerentes com os objetivos que passam pela aquisição de competências necessárias à criação de um novo negócio e consequente desenvolvimento de todo o processo de elaboração do correspondente plano de negócios.

6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes

The syllabus of the course in entrepreneurship were defined based on the knowledge, skills and competences to be acquired by students. The contents of the course in entrepreneurship are consistent with the objectives, including the acquisition of skills necessary for the creation of a new business and development of the whole process concerning the elaboration of the business plan.

7. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Metodologias expositivas dialógicas para exploração de conceitos. Estratégias de ensino e aprendizagem centradas no aluno e que envolvem a participação ativa destes na resolução de problemas e/ou estudos de caso com vista a explorar aspetos relacionados com o saber fazer e colocação em prática dos conhecimentos adquiridos com vista à construção cumulativa do projeto de equipa. Avaliação distribuída com exame final:

A avaliação de conhecimentos será efetuada através de um teste escrito (TE), com nota mínima de 9,50 e um trabalho de grupo (TG), com apresentação e discussão obrigatórias e com nota mínima de 9,50 realizados durante o período letivo. A componente de teste (TE) pode ser substituída por um exame final (EF), também com nota mínima de 9,50.

A classificação final (CF \geq 9,50) é obtida, consoante a modalidade de avaliação, por:

$$CF = 0,4 \times TE + 0,6 \times TG$$
$$CF = 0,4 \times EF + 0,6 \times TG$$

**7. Teaching methodologies
(including assessment)**

Dialogic expository methodologies for exploring concepts. Student centered teaching and learning strategies that involve their active participation in problem solving and/or case studies to explore aspects related to know how and putting into practice the knowledge acquired with the goal of the cumulative development of the team project.

Distributed Assessment with final exam.

Knowledge assessment will be carried out through a written test (TE), with a minimum grade of 9.50 and a group work (TG), with mandatory presentation and discussion and with a minimum grade of 9.50 carried out during the academic period. The test component (TE) can be replaced by a final exam (EF), also with a minimum grade of 9.50.

The final classification (CF ≥ 9.50) is obtained, depending on the evaluation method, by:

$$CF = 0.4 \times TE + 0.6 \times TG$$

$$CF = 0.4 \times EF + 0.6 \times TG$$

**8. Demonstração da coerência
das metodologias de ensino
com os objetivos de
aprendizagem da unidade
curricular**

A utilização de aulas expositivas e ativas no processo de aprendizagem permite exemplificar a aplicação dos conceitos teóricos transmitidos aos alunos. Durante as aulas os alunos são chamados a intervir na resolução de problemas havendo preocupação de fazer a ligação entre as matérias lecionadas nesta unidade curricular. São apresentados vários estudos de caso para estimular nos alunos a sua forma de pensar e criar um novo negócio

**8. Evidence of the teaching
methodologies coherence with
the curricular unit's intended
learning outcomes**

The use of expository lectures and active classes in the learning process allows the exemplification of the application of theoretical concepts transmitted to students. During classes students are stimulated to participate in problem solving. In the problem solving they make the connection between the topics taught in this course. Several case studies are presented to encourage students in their thinking and in how to create a new business

**9. Bibliografia de
consulta/existência obrigatória**

1. F. Gaspar, ?O Processo Empreendedor e a Criação de Empresas de Sucesso?, Edições Sílabo, 2011.
2. M. Ferreira, J. Santos, F. Serra, ? Ser Empreendedor-Pensar, criar e moldar a nova empresa, 2ª Edição, Edições Silabo, 2010.
3. P. Kotler, G. Armstrong,? Principles of Marketing?, 18th edition, Prentice Hall, 2020.



10. Data de aprovação em CTC «INFORMAÇÃO NÃO DISPONIVEL»

11. Data de aprovação em CP «INFORMAÇÃO NÃO DISPONIVEL»