
Ano Letivo 2021-22

Unidade Curricular EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Cursos TURISMO (1.º ciclo) (*)
GESTÃO - Regime Noturno (1.º ciclo) (*)
GESTÃO (1.º ciclo) (*)
MARKETING (1.º ciclo) (*)

(*) Curso onde a unidade curricular é opcional

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 14181168

Área Científica

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 345

**Contributo para os Objetivos de
Desenvolvimento Sustentável - 9; 8; 17
ODS (Indicar até 3 objetivos)**

Línguas de Aprendizagem

Português-PT

Modalidade de ensino

Presencial e/ou à distância

Docente Responsável

Georgette dos Santos Andraz

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Sofia Isabel Gomes Vairinho	OT; TP	TP1; TP2; TP3; TP4; OT1; OT2; OT3; OT4	39TP; 3OT
Carlos Manuel Ramos de Sousa	TP	TP1; TP2; TP3; TP4	3TP

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
3º,4º	S2	42TP; 3OT	140	5

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não se aplica

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Objetivos da U.C:

- Estimular a capacidade empreendedora dos alunos
- Fornecer conhecimentos científicos fundamentais na área do empreendedorismo e inovação;
- Fornecer conhecimentos e ferramentas de gestão para criar e avaliar modelos de negócios inovadores e competitivos

Competências Genéricas

- Entender a importância de modelos de negócio inovadores para a competitividade das empresas;
- Identificar e analisar oportunidades, modelos de negócio e desenvolver competências em planeamento e trabalho em equipa;
- Conhecer o processo de desenvolvimento de modelos de negócio no contexto de novos e negócios estabelecidos;

Competências Específicas:

- Capacidade para assumir desafios, desenvolver modelos de negócio que criem valor para a empresa e/ou mercado.
-

Conteúdos programáticos

CAPITULO 1. EMPREENDEDORISMO

- 1.1 Definições e conceitos de Empreendedorismo
- 1.2 Tipos e perspetivas do Empreendedorismo
- 1.4 Empreendedorismo e gestão/opção de carreira
- 1.5. Instrumentos de apoio ao Empreendedorismo
- 1.6 Dimensão económica e social do Empreendedorismo

CAPITULO 2. INOVAÇÃO

- 2.1. O processo de inovação: produção e difusão de conhecimento
- 2.2 O contexto de mudança: o papel da inovação
- 2.3 A inovação como função estratégica
- 2.4 Inovação e Empreendedorismo
- 2.5 O processo da ideia à criação de Negócio / *Design thinking*

CAPITULO 3. CONCEPÇÃO E AVALIAÇÃO DE IDEIAS DE NEGÓCIO

CAPITULO 4. MODELO DE NEGÓCIO

- 4.1. Modelo de Canvas
 - 4.1.1 Proposta de Valor
 - 4.1.2 Testing

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A UC será baseada na abordagem de ensino- aprendizagem ativa e as sessões contarão com a participação ativa dos estudantes. Nesta abordagem o estudante é um sujeito ativo no seu processo de aprendizagem e apreende fazendo.

Avaliação da UC:

Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 40%) + Exame (peso 60%).

Avaliação da CAF:

- **Teste: 40%**
- **Trabalho de grupo: 40%;**
- **Participação nas aulas e/ou trabalhos individuais: 20%.**

Admissão a exame de época normal: CAF \geq 6 valores.

Dispensa de exame: CAF \geq 12 valores.

Caso seja favorável ao aluno, a nota de exame de época normal pondera com a CAF para o cálculo da nota de admissão a exames posteriores durante o ano letivo de obtenção da CAF.

Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

O aluno pode utilizar a CAF obtida no ano letivo anterior na UC mediante solicitação prévia, por escrito, ao docente.

Bibliografia principal

Adam J. Bock e Gerard George (2017). *The Business Model Book: Design, build, and adapt business ideas that drive business growth*. FT Press. ISBN-10: 9781292135700.

Amit, R. e Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review* 53(3), 41-49.

Carvalho, L. e Costa, T. (2015). *Empreendedorismo. Uma Visão Global e Integradora*. Lisboa, Edições Sílabo.

Chesbrough, H. W. (2006). *Open Business Models: How to thrive in the innovation landscape*. Boston, Massachusetts Harvard Business School Press.

Foss, N. J., & Saebi, T. (2015). *Business Model Innovation: The Organizational Dimension*. Oxford Scholarship Online. doi:10.1093/acprof:oso/9780198701873.001.000.

Portugal, M. (2017). *Empreendedorismo. Gestão Estratégica*, 2ª Edição. Lisboa, Escolar Editora.

Academic Year 2021-22

Course unit ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION

Courses TOURISM (*)
MANAGEMENT - Evening Classes (1.º Ciclo) (*)
MANAGEMENT (DAY CLASSES) (*)
MARKETING (*)

(*) Optional course unit for this course

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 345

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 9; 8; 17

Language of instruction Portuguese-PT

Teaching/Learning modality

Classroom-based and/or distance learning

Coordinating teacher

Georgette dos Santos Andraz

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Sofia Isabel Gomes Vairinho	OT; TP	TP1; TP2; TP3; TP4; OT1; OT2; OT3; OT4	39TP; 3OT
Carlos Manuel Ramos de Sousa	TP	TP1; TP2; TP3; TP4	3TP

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	42	0	0	0	0	3	0	140

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Not required

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

Objectives of the U.C:

To stimulate students entrepreneurial skills;

To provide fundamental scientific knowledge in the area of entrepreneurship and innovation;

To provide knowledge and management tools to create and evaluate innovative and competitive business models

Generic Skills:

To understand the importance of innovative business models for the competitiveness of companies;

To identify and analyze opportunities, business models and develop skills in planning and teamwork;

To acquire knowledge of the process of developing business models in the context of new and established businesses;

Specific Skills:

To develop ability to take on challenges, develop business models that create value for the company and / or market.

Syllabus

CHAPTER 1. ENTREPRENEURSHIP

- 1.1 Definitions and concepts of Entrepreneurship
- 1.2 Types and perspectives of Entrepreneurship
- 1.3 Entrepreneurship, management and career option
- 1.4 Instruments to support Entrepreneurial Activity
- 1.5 Economic and social dimension of Entrepreneurship

CHAPTER 2. INNOVATION

- 2.1. The innovation process: production and dissemination of knowledge
- 2.2 The context of change: the role of innovation
- 2.3 Innovation as a strategic function
- 2.4 Innovation and Entrepreneurship
- 2.5 The process from idea to business creation / design thinking

CHAPTER 3. DESIGN AND EVALUATION OF BUSINESS IDEAS

CHAPTER 4. BUSINESS MODEL

- 4.1. Canvas Model
 - 4.1.1 Value Proposition
 - 4.1.2 Testing

Teaching methodologies (including evaluation)

The Curricular unit (CU) will be based on the active teaching-learning approach. The methodology behind this CU further favours open knowledge and learning by doing.

UC assessment:

Continuous Assessment (CA) component (40%) + Exam (60%).

The CA component comprises:

- Test; 40%;
- Group work: 40%;
- Students engagement /participation in the classroom and/or individual work: 20%.

Admission to the exam the "época normal" period: a final CA grade of ≥ 6 is needed.

Students with a final CA grade of ≥ 12 are exempt from the exam.

If favorable to the student, the exam mark from the 1st exam period calculated with the CA grade will be applied for admission to further exam periods during the same academic year.

In the Special Exam Period for concluding the Course, or for improving the final classification, the exam weighting is 100%.

The student may use the CA grade obtained in the previous academic year by applying in writing to the course unit teacher.

Main Bibliography

Adam J. Bock e Gerard George (2017). *The Business Model Book: Design, build, and adapt business ideas that drive business growth*. FT Press. ISBN-10: 9781292135700.

Amit, R. e Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review* 53(3), 41-49.

Carvalho, L. e Costa, T. (2015). *Empreendedorismo. Uma Visão Global e Integradora*. Lisboa, Edições Sílabo.

Chesbrough, H. W. (2006). *Open Business Models: How to thrive in the innovation landscape*. Boston, Massachusetts Harvard Business School Press.

Foss, N. J., & Saebi, T. (2015). *Business Model Innovation: The Organizational Dimension*. Oxford Scholarship Online. doi:10.1093/acprof:oso/9780198701873.001.000.

Portugal, M. (2017). *Empreendedorismo. Gestão Estratégica*, 2ª Edição. Lisboa, Escolar Editora.