
Ano Letivo 2023-24

Unidade Curricular EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Cursos EXTRA-CURRICULAR

TURISMO (1.º ciclo) (*)

GESTÃO (1.º ciclo) - Regime Noturno (*)

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 GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO

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

Docente Responsável Ana Suzete Dias Semedo Georgette Dos Santos Andraz

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Ana Cristina Horta Corvo Dias Pego	OT; TP	TP1; TP2; TP3; TP4; OT1; OT2; OT3; OT4	42TP; 3OT

* 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
0º	S2		N/D	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.
- Desenvolvimento de raciocínio crítico, capacidade de iniciativa e resolução de problemas.

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)

Aprendizagem ativa, aulas teórico-práticas e discussões de estudos de caso.

Avaliação por frequência

-Teste - 40%; Trabalho - 40%; Outras atividades - 20%.

Reúnem as condições de acesso ao teste os estudantes que tenham obtido uma nota mínima de 8 valores no trabalho.

O teste decorre na data do exame de época normal.

Na época normal, os estudantes apenas podem ser avaliados por frequência.

Condições de acesso aos exames (exceto épocas de melhoria e para conclusão do curso):

-Nota mínima de 8 valores no trabalho.

-Avaliação: Exame: 60%; trabalho: 40%.

Avaliação por exame de épocas de melhoria e para conclusão do curso: 100%.

Avaliação por frequência ou por exame:

-Aprovação com nota final superior a ≥ 10 valores (arredondada às unidades), desde que sejam cumpridos os requisitos de avaliação expressos na FUC.

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.

Huizingh, E. (2011). Open Innovation: State of the Art and Future Perspectives. *Technovation*, p. 31, 2?9.

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

Academic Year 2023-24

Course unit ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION

Courses EXTRA-CURRICULAR
TOURISM (1st cycle) (*)
MANAGEMENT (1st cycle) - Evening Classes (*)
MANAGEMENT (DAY CLASSES) (1st cycle) (*)
MARKETING (1st cycle) (*)

(*) 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 learning

Coordinating teacher

Georgette dos Santos Andraz

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Ana Cristina Horta Corvo Dias Pego	OT; TP	TP1; TP2; TP3; TP4; OT1; OT2; OT3; OT4	42TP; 3OT

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

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	0	0	0	0	0	0	0	N/D

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:

Understanding the importance of innovative business models for the competitiveness of companies;

Identifying and analyzing opportunities, and business models and developing skills in planning and teamwork;

Acquiring knowledge of the process of developing business models in the context of new and established businesses.

Specific Skills:

Development of the ability to take on challenges, and development of business models that create value for the company and/or market;

Development of critical thinking, initiative, and problem-solving skills.

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)

Active learning , theoretical - practical classes, and discussions of case studies .

Continuous assessment:

- Test - 40%; assignment - 40%; other activities - 20%.
- To take the test, students need a grade of ≥ 8 on the assignment.
- The test will take place in the 1st period of exams.
- In the 1st exam dates (exame época normal), students will only have a continuous assessment.

Assessment by exam:

- A minimum grade of 8 is required in the assignment.
- Assessment by exam: Exam 60% and assignment 40%.

Exams for improving the grade or concluding the course: 100%.

Continuous assessment or by exam:

-The pass mark is ≥ 10 (rounded to the units), as long as all the requirements for assessment as defined in the FUC have been met.

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.

Huizingh, E. (2011). Open Innovation: State of the Art and Future Perspectives. *Technovation* , p. 31, 2?9.

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