
Ano Letivo 2018-19

Unidade Curricular EMPREENDEDORISMO

Cursos ECONOMIA (1.º ciclo) (*)

(*) Curso onde a unidade curricular é opcional

Unidade Orgânica Faculdade de Economia

Código da Unidade Curricular 14401033

Área Científica GESTÃO

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino TP

Docente Responsável Adão de Jesus Gonçalves Flores

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
---------	--------------	--------	-----------------------------

* 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	S1	60TP; 15OT	168	6

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não há requisitos prévios nesta cadeira

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Definir empreendedorismo e variáveis individuais para o desenvolvimento de uma atitude empreendedora;- aplicar um comportamento empreendedor;- caracterizar as resistências dos indivíduos à criatividade;- exemplificar as diferentes formas de empreendedorismo;- operacionalizar as principais técnicas de geração de ideias;- aplicar os principais conceitos de gestão no desenvolvimento de planos de negócios; - identificar as etapas no processo de constituição legal de organizações e os principais sistemas de incentivos;- desenhar a estratégia de intervenção para o desenvolvimento de uma equipa criativa. Competências a desenvolver: Autonomia de aprendizagem conducente ao desenvolvimento de um espírito de empreendedor e de iniciativa, competências de trabalho em grupo, competências de comunicação; desenvolvimento do espírito criativo, atitude ética e de responsabilidade social na vida empresarial e de tolerância perante a diversidade de pontos de vista são ainda competências a desenvolver.

Conteúdos programáticos

1. Introdução ao Empreendedorismo: o desafio e a necessidade, a empresa e a gestão
 2. Empreendedorismo e a gestão estratégica
 3. O ciclo do empreendedorismo através do plano de negócio
 1. A estrutura essencial de um plano de negócios
 4. Das ideias à realidade: criatividade, inovação e empreendedorismo
 5. Oportunidades e ideia de negócio: deteção, seleção e viabilidade
6. Formas de propriedade e de organização: tipos de empresas, start-ups, franchising e empresas familiares
1. Da ideia ao negócio: organização do processo produtivo, localização e modelo de negócio
 2. A dimensão do marketing
 3. A dimensão financeira do plano de negócios: conceitos fundamentais, fontes de financiamento, estrutura e avaliação financeira
 4. O apoio à constituição e financiamento das empresas
 5. O Empreendedorismo social

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A aprendizagem deverá revestir uma abordagem dupla: lecionação e introdução das matérias por parte do professor; aprender fazendo e descoberta por parte dos alunos. Diversas estratégias de lecionação serão usadas: exposição oral, trabalhos de grupo usando estudos de caso, utilização intensa de audiovisuais, utilização de materiais informativos de imprensa especializada e de revistas científicas. A participação de empreendedores da região também está prevista.

O regime de avaliação consiste na realização de:

- uma prova individual que valerá 30% da nota final;
 - um trabalho de grupo com a ponderação de 50%;
 - um estudo de caso com a ponderação de 20%.
-

Bibliografia principal

- Hbr, Harvard Business Review on Entrepreneurship, Harvard Business School Press.
- Stokes, D. e N. Wilson (2010) Small Business Management and Entrepreneurship, South-Western Cengage Learning;
- Stokes, D., N. Wilson e M. Mador (2010) Entrepreneurship, South-Western Cengage Learning;
- Timmons, J. A. E S. Spinelli (2008) New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century, McGraw-Hill, International Edition.
- Trott, P. (2012) Innovation Management and New Product Development, Financial Times-Prentice Hall.
- Zimmerer, Thomas W. e Scarborough, Norman M. (2010) Essentials of Entrepreneurship and small business management, Pearson Education, New Jersey.

Academic Year 2018-19

Course unit ENTREPRENEURSHIP

Courses ECONOMICS (1st Cycle) (*)

(*) Optional course unit for this course

Faculty / School Faculdade de Economia

Main Scientific Area GESTÃO

Acronym

Language of instruction English

Teaching/Learning modality Theoretical-Practical

Coordinating teacher Adão de Jesus Gonçalves Flores

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
----------------	------	---------	-----------

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

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	60	0	0	0	0	15	0	168

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

No prior knowledge and skills required

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

Conceptualize different forms of entrepreneurship and the main characteristics of what is an entrepreneurial behavior - To develop an entrepreneurial attitude - Characterize the main resistances to change - Evaluate business ideas - Apply the main management concepts to the development of business plans - Identify the legal procedures to create enterprises as well as the main incentive schemes - financial appraisal of business plans. Skills and capabilities to develop: - Autonomy for self-learning as a base for an entrepreneurial spirit - Group work capabilities - Communication skills - Creativeness skills - Ethical and social responsibility attitude

Syllabus

1. Entrepreneurship: between the challenge and the need 2. Strategic management and entrepreneurship 3. Business plans structure 4. From ideas to the business concepts: creativeness, Innovation and entrepreneurship 5. From ideas to opportunities: identifying, selection and viability 6. Firms ownership: types of firms, start-ups, franchising and family enterprises 7. Developing the business: organizing the production, localization and business models 8. Marketing concepts 9. Financial concepts 10. Legalizing firms and incentives schemes 11. Basic corporate financial concepts. 12. Capital budgeting concepts 13. Case studies.

Teaching methodologies (including evaluation)

The Learning routines will assume a double perspective: lectures by the teacher and Learning by doing by the students. A diverse set of techniques will be used: oral presentations, group work, case studies, visual materials, simulation techniques and lectures by local entrepreneurs. Evaluation will be triple: an individual test (30%), case study analysis (20%) and the elaboration and presentation of a business plan (50%). Students graded with 10 (0-20) or more will be free of the final exam.

Main Bibliography

- Hbr, Harvard Business Review on Entrepreneurship, Harvard Business School Press.
- Stokes, D. e N. Wilson (2010) Small Business Management and Entrepreneurship, South-Western Cengage Learning;
- Stokes, D., N. Wilson e M. Mador (2010) Entrepreneurship, South-Western Cengage Learning;
- Timmons, J. A. E S. Spinelli (2008) New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century, McGraw-Hill, International Edition.
- Trott, P. (2012) Innovation Management and New Product Development, Financial Times-Prentice Hall.
- Zimmerer, Thomas W. e Scarborough, Norman M. (2010) Essentials of Entrepreneurship and small business management, Pearson Education, New Jersey.