
Ano Letivo 2017-18

Unidade Curricular INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

Cursos TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Instituto Superior de Engenharia

Código da Unidade Curricular 16841035

Área Científica CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português-PT.

Modalidade de ensino Presencial.

Docente Responsável Carlos Manuel de Azevedo Marinho

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Carlos Augusto Ribeiro Monteiro	OT	OT1	7OT
António José Raiado Pereira	OT	OT1	8OT

* 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	S2	30TP; 30PL; 5OT	140	5

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não aplicável.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

A Unidade Curricular tem por missão estimular a criatividade dos estudantes e despertar o interesse e o gosto pelo empreendimento, por isso visa:

- Introduzir aos alunos os princípios da inovação e empreendedorismo, bem como os mecanismos de proteção dos resultados da investigação;
- Potenciar a criação e desenvolvimento de um negócio, utilizando conhecimentos adquiridos relativamente aos métodos e técnicas de constituição e gestão de uma empresa;
- Conhecer e compreender o conceito de gestão estratégica e o papel do planeamento, o conceito de mercado, a filosofia do marketing, aspetos elementares do comportamento de compra dos consumidores;
- Compreender o que é uma estratégia de marketing e conhecer os instrumentos da Segmentação, Seleção de Mercados, Posicionamento e o *marketing mix*;
- Compreender e conhecer aspetos elementares do conceito de investimento e técnicas para a sua análise;
- Compreender e conhecer o conteúdo de um plano de negócios simples.

Conteúdos programáticos

- 1-Os processos de inovação e criação de empresas;
- 2-Os processos e mecanismos de proteção dos resultados de investigação;
- 3-As estratégias de negócio nos domínios das tecnologias e sistemas de informação;
- 4-O processo legal de constituição de empresas e registos de marcas e patentes;
- 5-O marketing do empreendedor
- 6-Mecanismos de financiamento de negócios;
- 7-Elaboração de planos de negócios.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A aprendizagem será realizada através de aulas expositivas dos conceitos elucidados por exemplos. Situações reais atuais e outros casos de estudo serão debatidos em sala, com os alunos organizados em pequenos grupos ou individualmente. Os alunos, acompanhados por uma equipa multidisciplinar de docentes, normalmente organizados em grupos, terão como responsabilidade a criação de um projeto empresarial seguindo um plano de negócios.

A avaliação do Projeto é realizada por um júri durante a prova pública de duração limitada e sujeita a uma classificação individual, que inclui a análise do relatório de projeto, a apresentação do trabalho e a sua discussão.

Bibliografia principal

Costa, H. (2010). Criação & Gestão de Microempresas & Pequenos Negócios, 9ª Edição, Lisboa: LIDEL.

Ferreira, M., Santos, J. e Serra, F. (2008). Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa, Ed. Sílabo. Lisboa. Portugal.

Gaspar, F. (2009). O Processo Empreendedor e a Criação de Empresas de Sucesso, Edições Sílabo. Lisboa. Portugal.

IAPMEI; Empreendedorismo e Inovação, <https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao.aspx> . Acedido em 01-10-2016

Kawasaki, Guy (2016). El arte de empezar 2.0, Madrid: Deusto.

Lodish, L., Morgan, H., & Kallianpur, A. (2001). Entrepreneurial Marketing - Lessons from Wharton's Pioneering MBA Course, New York - USA: John Wiley & Sons.

Saraiva, P (2011), Empreendedorismo, 2ª edição, Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Sarkar, S. (2014). Empreendedorismo e Inovação, 3ª Edição, Lisboa/Porto: Escolar Editora.

Academic Year 2017-18

Course unit INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP

Courses SCIENCE (B.SC.) INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES

Faculty / School Instituto Superior de Engenharia

Main Scientific Area CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

Acronym

Language of instruction Portuguese-PT.

Teaching/Learning modality Presential.

Coordinating teacher Carlos Manuel de Azevedo Marinho

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Carlos Augusto Ribeiro Monteiro	OT	OT1	7OT
António José Raiado Pereira	OT	OT1	8OT

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

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	30	30	0	0	0	5	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 applied.

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

The mission of this course is to stimulate the creativity of students and arouse the interest and passion for entrepreneurship, so it aims to:

Introduce students to the principles of innovation and entrepreneurship, as well as the protection mechanisms of research results.

- Fostering the creation and development of a business, using knowledge gained regarding establishment methods of a new venture and skills in management;
- Know and understand the concept of strategic management and the role of planning, market concept, the philosophy of marketing, basic aspects of the buying behavior of consumers;
- Understand what a marketing strategy is and know the use of Segmentation, Target Market, positioning and the marketing mix;
- Understand and know basic aspects of the concept of investment and techniques for their analysis;
- Understand and know the contents of a simple business plan.

Syllabus

- 1-The processes of innovation and business creation;
- 2-The processes and mechanisms of protection of research results;
- 3-Business strategies in the fields of technology and information systems;
- 4-The legal processes of company creation, brands and patenting protection;
- 5-The entrepreneurial marketing
- 6- Business financing mechanisms;
- 7-Design of business plans.

Teaching methodologies (including evaluation)

The teaching methodology will be conducted through lectures elucidated by examples. Current real situations and other case studies will be discussed in the classroom, with students organized in small groups or individually. The students, accompanied by a multidisciplinary team of teachers, usually organized in groups, will have the responsibility to create a business project following a business plan.

Assessment Project theme is performed by a jury during the public proof of limited duration and subject to an individual classification, which includes analysis of the project report, presentation of the work and its discussion.

Main Bibliography

Costa, H. (2010). Criação & Gestão de Microempresas & Pequenos Negócios, 9ª Edição, Lisboa: LIDEL.

Ferreira, M., Santos, J. e Serra, F. (2008). Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa, Ed. Sílabo. Lisboa. Portugal.

Gaspar, F. (2009). O Processo Empreendedor e a Criação de Empresas de Sucesso, Edições Sílabo. Lisboa. Portugal.

IAPMEI; Empreendedorismo e Inovação, <https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao.aspx> . Acedido em 01-10-2016

Kawasaki, Guy (2016). El arte de empezar 2.0, Madrid: Deusto.

Lodish, L., Morgan, H., & Kallianpur, A. (2001). Entrepreneurial Marketing - Lessons from Wharton's Pioneering MBA Course, New York - USA: John Wiley & Sons.

Saraiva, P (2011), Empreendedorismo, 2ª edição, Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Sarkar, S. (2014). Empreendedorismo e Inovação, 3ª Edição, Lisboa/Porto: Escolar Editora.