

EMPREENDEDORISMO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS

Licenciatura em Engenharia em Desenvolvimento de Jogos Digitais

Código: 11001

Área Científica Predominante: Gestão Empresarial

Docente: Rita Barros Cerqueira Gonçalves

Idioma de Instrução: Português

Regime: S2

Carga Letiva: 30h Carga Trabalho: 70h

ECTS: 4,0

Objetivos

O objetivo da unidade curricular é promover a aprendizagem através da experiência prática, ajudando à criação de um potencial negócio, cujo projeto deverá ter início na ideia de negócio, passando pela elaboração um Plano de Negócios e avaliação das condições de implementação da atividade, de modo a que o aluno adquira competências válidas para mais facilmente entrar no mundo do trabalho. No final da unidade curricular, os alunos devem possuir uma linguagem comum e uma capacidade de análise que lhes permita esquematizar e pré-preparar o seu plano de negócios.

Resultados da Aprendizagem

Os conhecimentos e competências a adquirir são:

1. Disseminar e estimular características empreendedoras;
2. Contribuir para a aquisição de competências na implementação e avaliação de um negócio empreendedor;
3. Apoiar na perceção e busca de oportunidades de negócio de forma a potenciar a exploração económica de conhecimentos e ideias dos alunos;
4. Estudar diversos casos de sucesso e insucesso de empreendedores;
5. Criar um Plano de negócios.
6. Saber efetuar um pitch de apresentação.

Conteúdos Programáticos

1 - INTRODUÇÃO

- 1.1. Conceito de empreendedorismo
- 1.2. Empreendedorismo Vs Gestão

1.3. Contexto social e económico propício ao espírito empreendedor

1.4. Formas alternativas de empreendedorismo

2. PROCESSO EMPREENDEDOR

2. 1. Perfil, atitudes e competências empreendedoras

2.2. Fases do processo empreendedor

2.2.1. Da Ideia à oportunidade de negócio: gerar ideias e validar a ideia

2.2.2. Inovação Vs Mudança e criatividade

2.2.3. Da oportunidade aos recursos

2.2.3. Dos recursos ao mercado

3. ANÁLISE AMBIENTAL

3. 1. Processo de análise do ambiente do negócio - externa

3.1.1. Análise do setor/indústria

3.1.2. Análise da concorrência

3.1.3. Análise ambiente geral - PESTEL

3.1.4. Análise ambiente imediato - concorrentes, clientes, fornecedores - 5 Forças de Porter

3.2. Processo de análise do ambiente do negócio - interna

3.2.1. Missão, visão e objetivos

4. ANÁLISE COMPETITIVA

4.1. Análise Swot

4.2. Caracterização e quantificação dos potenciais clientes

4.3. Segmentação e mercado alvo

4.4. Posicionamento

5. ESTRATÉGIA

5.1. Estratégias genéricas de negócio

5.2. Marketing Mix

5.2.1. Política de Produto

5.2.2. Política de Preço

5.2.3. Política de Imagem, Comunicação e Evidências Físicas

5.2.4 Política de Distribuição

5.2.5. Política de pessoas /capital humano

5.2.6. Política de processos e procedimentos

6. RECURSOS

6.1. Investimento

6.2. Financiamento

6.3. Análise financeira

7. O PLANO DE NEGÓCIOS

7.1. Caracterização

7.2. Como elaborar um plano de negócio

7.3. Pitch de apresentação

Bibliografia Recomendada

Duarte, C. Esperança, J. (2014). Empreendedorismo e Planeamento Financeiro. Lisboa: Edições Sílabo.

Ferreira, M., Santos, J. Serra, F. (2010). Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa. Lisboa: Edições Sílabo.

Hirsch, R; Michael, P. Shepherd, D. (2017). Entrepreneurship. NY: McGraw-Hill,

IAPMEI (2016). Como Elaborar um Plano de Negócios: Guia Explicativo. Lisboa: IAPMEI

Sarkar, S. (2010). Empreendedorismo e Inovação. Lisboa: Escolar Editora.

Silva, F. (2001). Manual do Empreendedor. Lisboa: Bertrand.

Mações, Manuel Alberto Ramos (2014). Manual de Gestão Moderna - Teoria e Prática. 2ª edição. Lisboa: Actual Editora

Gaspar, F. (2010). O processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso. Lisboa: Edições Sílabo. Costa, H. e Ribeiro, P. (2004). Criação Gestão de Micro-Empresas Pequenos Negócios. Lisboa: Lidel-Edições Técnicas.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

O programa da UC incide sobre as matérias da inovação e empreendedorismo. O principal objetivo da UC é dotar os alunos de competências que lhes permitam avançar uma ideia de negócio e preparar um plano de negócios.

Os conteúdos programáticos estão adequados a esse objetivo, uma vez que desenvolvem matérias como a ideia de negócio, a análise ambiental do negócio, o plano de negócios e ensina a analisar o mercado e a questionar o conceito de inovação.

Métodos de Avaliação

A avaliação será contínua e será constituída por:

1. Teste individual a valer 45% no dia 23.05.2024;
2. Plano de negócios (trabalho escrito) realizado em grupo: 40%. O plano de negócios será realizado no decorrer das aulas e será entregue no final do semestre dia 03.06.2024;
3. Apresentação oral (com avaliação individual) do plano de negócios (pitch): 15%. A apresentação oral terá lugar no dia 06.06.2024;
4. Na época de exames, a avaliação far-se-á por exame, a valer 100%.

Presença em pelo menos 2/3 das aulas para ir a avaliação contínua;

A componente de avaliação (trabalho prático e apresentação) não pode ser feita nem adiada para a época de exames.

Nota mínima para cada elemento de avaliação de 8,5 valores.

A nota final terá que ser igual ou superior a 9,5 valores.