

GESTÃO DA INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

Mestrado em Gestão das Organizações

Código: 9292151

Área Científica Predominante: Gestão Empresarial

Docente: Oscarina Susana Vilela da Conceição

Idioma de Instrução: Português

Regime: S2

Carga Letiva: 45h Carga Trabalho: 117h

ECTS: 6,0

Objetivos

Esta unidade curricular deverá desenvolver nos estudantes as bases para um pensamento inovador e criativo, bem como desenvolver a confiança para os estudantes pensarem de forma inovadora e proactiva.

Fornecer competências para identificar e formar gestores empreendedores que atuem como agente de mudança, com capacidade de identificar, acelerar a criação, a disseminação e a aplicação de ideias.

Resultados da Aprendizagem

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. Contribuir para a perceção da inovação como uma decisão estratégica de criação de vantagem competitiva para a empresa
5. Estudar diversos casos de sucesso e insucesso de empreendedores.

Conteúdos Programáticos

Conteúdos programáticos:

1. Introdução às temáticas de Inovação e Empreendedorismo. Contextualização e relevância na economia globalizada e na competitividade das Organizações.
2. Gestão da Inovação.
 - a. Inovação: conceitos e modelos.
 - b. Estratégias de Apropriabilidade

- c. Principais indicadores nacionais e europeus.
 - d. Introdução aos processos de sistematização da inovação.
 - e. Inovação como decisão estratégica.
3. Empreendedorismo.
- a. Empreendedorismo: Definições e principais conceitos.
 - b. Contexto social e económico propício ao espírito empreendedor
 - c. Processo Empreendedor
 - d. Plano de Negócios.
- i. Objetivos e papel diferenciador de um Plano de Negócios “inovador” face a um Plano de Negócios mais tradicional.
 - ii. Elaboração, apresentação e defesa de um Plano de Negócios.

Bibliografia Recomendada

- Davila, T., Epstein, M. Shelton, R. (2013). Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Ferreira, M., Santos, J., Serra, F. (2008.) Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Moldar a nova Empresa. 1ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hirsch, R., Peters, M., P. Shepherd, D. (2017). Entrepreneurship. New York: McGraw-Hill.
- Osterwalder, A. Pigneur, Y. (2011). Criar Modelos de Negócio. Lisboa: Dom Quixote
- Sarkar, S. (2014). Empreendedorismo e Inovação. Lisboa: Escolar Editora.
- Skarzynski, P. Gibson, R. (2013). Innovation to the Core: A Blueprint for Transforming the Way Your Company Innovates. Brighton: Harvard Business Review Press.
- Tidd, J., Bessant, J. (2018) Managing Innovation – Integrating Technological, Market and Organizational Change. New Jersey: John Wiley Sons, Inc.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

Pretende-se alargar o quadro de reflexão teórica dos alunos de modo a que estes possam analisar de forma crítica e fundamentada o contexto em que as empresas se inserem, nomeadamente, da envolvente externa à empresa, a estrutura da indústria em que está integrada e do seu mercado de referência. Através da aplicação de alguns instrumentos, os alunos dispõem de uma aproximação do contexto à realidade, minimizando os riscos e a incerteza,

característicos dos nossos tempos, visando aumentar a vantagem competitiva face aos concorrentes. É também esperado que os estudantes desenvolvam criticamente o conhecimento adquirido nesta unidade e sejam capazes de o aplicar em contexto real.

Métodos de Avaliação

Metodologia Avaliação Contínua:

Trabalho de Grupo (50%) +Apresentação Trabalho Grupo com avaliação individual (20%) + Trabalho individual (30%)

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