



Objectivos gerais

Debruçarmo-nos sobre aspectos teóricos e práticos de gerir e iniciar um pequeno negócio de carácter empreendedor em Portugal, examinarmos vários aspectos funcionais de um pequeno negócio e analisarmos informação e conhecimentos de como iniciar e gerir a sua própria empresa.

Descrevermos o processo empreendedor desde a concepção da ideia até à sua implementação no mercado para criar uma empresa de sucesso.

Introduzirmos conceitos e teorias, suportadas na observação, análise e discussão de casos de estudo que salientam capacidades multifuncionais em domínios como a inovação, o marketing e vendas, finanças e aspectos da gestão de recursos humanos.

- Entender os factores que promovem e limitam o empreendedorismo, quer os associados às características dos empreendedores quer os relacionados com as dimensões do ambiente externo da indústria, nacional e internacional.
- Compreender os aspectos teóricos e práticos de iniciar e gerir uma pequena empresa.
- Entender a importância da I&D: oportunidades e ideias de base tecnológica e inovações.
- Compreender os vários aspectos funcionais de um pequeno negócio
- Capacidade para entender as fases envolvidas na criação de uma empresa desde a vontade ou necessidade de ser empreendedor, identificação da ideia até à implementação no mercado.
- Compreender os aspectos essenciais da liderança numa nova empresa.
- Capacitar para identificar e seleccionar os recursos fundamentais à criação da própria empresa, observando as necessidades nas diversas áreas, desde o marketing e vendas, finanças e aspectos da gestão de recursos humanos.



Conteúdo programático - Programa

Introdução ao empreendedorismo e a situação em Portugal e no mundo.

Aspectos culturais portugueses que facilitam e/ou impedem uma actuação empreendedora mais dinâmica.

Os desafios e os mitos do empreendedorismo.

As ideias e as oportunidades; a inovação e a invenção

As formais jurídicas da nova empresa.

O marketing da nova empresa.

A estratégia da nova empresa.

A selecção e recrutamento de novos colaboradores.

A função financeira; as decisões e possibilidades de financiamento;

O investimento.

O plano de negócio.

Metodologia

Ensino teórico-prático (TP) - conhecimento e compreensão dos conteúdos programáticos, mas com a componente prática de aplicação dos conceitos e conhecimentos teóricos à análise e resolução de casos. Procura-se que o aluno compreenda as linhas gerais de actuação e os instrumentos disponíveis para auxiliar a encontrar soluções. Desenvolvimento de capacidade de análise crítica da actividade empreendedora, desde a identificação da oportunidade até à implementação da ideia na constituição de uma nova empresa.

Avaliação

Os resultados da aprendizagem são avaliados mediante a realização de uma prova escrita individual no final do semestre e pela participação e desempenho dos alunos nas aulas, em particular na discussão dos casos práticos definidos e nas restantes actividades em aula.

Os alunos poderão realizar um, ou vários, pequeno trabalho sob tema a definir pelo docente.



Bibliografia recomendada

- Ferreira, Manuel, Santos, João, Serra, Fernando. Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa. Edições Sílabo, 2008.

Bibliografia complementar

- Christiansen, J. (2000): Competitive Innovation Management, St. Martin's Press, New York.
- Sahlman, William A. How to write a great business plan, Harvard Business Review, July-August, 1997, pp. 98-108.
- Gumpert, David E. e James McNeill Stancill. How much money does your new venture need?, Harvard Business Review (May/June 1986, Vol. 64 Issue 3): p. 122.
- National Commission on Entrepreneurship, Five Myths about Entrepreneurs: Understanding how businesses start and grow, 2001.
- Hisrich, Robert e Peters, Michael. Entrepreneurship. McGraw-Hill Irwin,. 5ª edição ou mais recente.