

Mestrado em Conservação e Restauro

Mestrado, 2º Ciclo

Plano: Despacho nº 9982/2016 - 05/08/2016

Ficha da Unidade Curricular: Empreendedorismo e Estratégia Empresarial

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, T:15.0; TP:30.0; OT:2.0;

Ano | Semestre: 1 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 338049

Área Científica: Conservação e Restauro

Docente Responsável

Ricardo Pereira Triães

Professor Adjunto

Docente(s)

Ricardo Pereira Triães

Professor Adjunto

António Anacleto Viegas Ferreira

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

1. Desenvolver os principais conceitos inerentes ao processo de gestão estratégica;
2. Compreender a relevância do empreendedorismo como um processo de criação de valor;
3. Aprender a elaborar um plano de negócios;
4. Dominar as técnicas de planeamento e execução de projetos.

Conteúdos Programáticos

I. ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

1-Estratégia: Conceito e processo

2-Análise, formulação e implementação da estratégia

II. EMPREENDEDORISMO

1-Introdução ao empreendedorismo

2-O empreendedor

3-O processo de inovação e a identificação de oportunidades

4-O plano de negócios

III.A ATIVIDADE EMPRESARIAL NA ÁREA DA C&R

1-Empresas

2-Laboratório de C&R

3-Projetos

4-Análise de intervenções de C&R

Conteúdos Programáticos (detalhado)

I. ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

1 - Estratégia: Conceito e processo

1.1. Escolhas e Processo Estratégicos

2 - Análise, formulação e implementação da estratégia

2.1. Análise SWOT – K. Andrews

2.2. Análise Competitiva; Escola do Posicionamento (Modelo das 5 Forças – Porter)

2.3. Estratégias genéricas. - Porter

2.4. A cadeia de valor – Porter

2.5. A Estratégia baseada nos Recursos (the Resource-based view of the Firm) - Barney

2.6. Planeamento Estratégico

II. EMPREENDEDORISMO

1 - Introdução ao empreendedorismo

1.1. Empreendedorismo; conceitos gerais

1.2. O Empreendedorismo em Portugal e no mundo

2 - O empreendedor

2.1. A decisão de empreender

2.2. Características genéricas do empreendedor bem-sucedido

3 – O processo de inovação e a identificação de oportunidades

3.1. Oportunidades e ideias. Fontes de novas ideias

3.2. Tendências na envolvente ambiental e oportunidades

3.3. Métodos de geração de novas ideias

3.4. O Modelo de Negócio (A Tela de Negócio)

4 – O plano de negócios

4.1. As partes componentes do plano de negócios

4.2. A apresentação do plano de negócios

4.3. O Plano de Marketing da Nova Empresa

4.3.1. Conceitos genéricos de Marketing

4.3.2. Estudo de mercado. Segmentação, Targeting e Posicionamento

4.3.3. O marketing-mix

- 4.4. A Forma Jurídica da Nova Empresa
 - 4.4.1. As empresas singulares
 - 4.4.2. As sociedades
 - 4.4.3. As formalidades da criação da nova empresa
- 4.5. O Financiamento da Nova Empresa
 - 4.5.1. Necessidades de financiamento do negócio e formas de financiamento
 - 4.5.2. Programas de incentivo para a criação de empresas
- 4.6. Análise económico-Financeira da Nova Empresa
 - 4.6.1. Demonstrações financeiras. Rácios de análise económico-financeira
 - 4.6.2. Regras de decisão de investimento

III.ATIVIDADE EMPRESARIAL NA ÁREA DA CONSERVAÇÃO E RESTAURO

- 1 – As empresas
 - 1.1. O CAE nas empresas de conservação e restauro
 - 1.2. A empregabilidade na área da conservação e restauro
 - 1.3. A estratégia empresarial das empresas de conservação e restauro

- 2 – Laboratório de conservação e restauro
 - 2.1. Tipologia de laboratórios em conservação e restauro
 - 2.2. Requisitos necessários à implantação de um laboratório de conservação e restauro

- 3 – Projetos em conservação e restauro
 - 3.1. Relatório prévio
 - 3.2. Caderno de encargos
 - 3.3. Orçamentação
 - 3.4. Gestão de projecto

- 4 - Analise de intervenções de conservação e restauro

Metodologias de avaliação

O aluno é avaliado em época de frequência ou exame (CF) pela entrega de um trabalho escrito (TE) e a sua apresentação (AP), realizado em grupo ou individualmente, que consiste na execução de um Plano de Negócios, segundo a seguinte formula: $CF=(TE \times 0,7)+(AP \times 0,3)$.
O trabalho escrito deverá ser entregue em papel e formato digital, até 30 páginas A4, letra Times tamanho 12, espaço entre linhas 1,5.
Os alunos que não entregarem o trabalho escrito em época de frequência são admitidos a exame.
O aluno é aprovado com nota igual ou superior a 10 valores.

Software utilizado em aula

Power Point.

Estágio

Não Aplicável

Bibliografia recomendada

- Silva, E. e Monteiro, F. (2013). *Empreendedorismo e plano de negócios*. se, Vida económica. sl
- Ferreira, M. e Santos, J. e Serra, F. (2010). *Ser Empreendedor; Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. 2ª, Sílabo. sl
- Mintzberg, H. e Quinn, J. e Ghoshal, S. e Lampel, J. (2014). *The Strategy Process; Concepts, Contexts, Cases*. se, Pearson Education. sl
- Osterwalder, A. e Pigneur, Y. (2011). *Criar Modelos de Negócios*. se, D. Quixote. sl

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Conteúdo I; Objetivo 1

Conteúdo II; Objetivo 2,3

Conteúdo III; Objetivo 3,4

Metodologias de ensino

1. Aulas teóricas que consistem na exposição dos conteúdos programáticos.
2. Aulas teórico-práticas onde serão propostos alguns trabalhos e a análise de casos práticos.
3. Desenvolvimento e acompanhamento da execução dos planos de negócio.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Metodologia 1; Objetivo 1,2

Metodologia 2; Objetivo 2,3

Metodologia 3; Objetivo 3,4

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não Aplicável

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável

Observações

A unidade curricular está alinhada com os seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

enunciados pelas Nações Unidas:

Objetivo 4: Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.

Objetivo 8: Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos.

Objetivo 9: Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.

Docente responsável
