

Engenharia Informática

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho n.º 8644/2020 - 08/09/2020

Ficha da Unidade Curricular: Tópicos de Gestão de Empresas

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, TP:28.0; PL:28.0;

Ano | Semestre: 2 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 911939

Área Científica: Organizações, Empresas e Negócios

Docente Responsável

Bruno Manuel de Almeida Santos

Assistente Convidado

Docente(s)

Bruno Manuel de Almeida Santos

Assistente Convidado

Objetivos de Aprendizagem

O aluno no final da unidade curricular deve conhecer os conceitos básicos de gestão de empresas; compreender a interligação entre as diversas áreas/funções e reconhecer a importância do plano de negócios.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

O desígnio da presente u.c. é fomentar o espírito inovador, empreendedor e em gestão de empresas, dos alunos, dotando-os duma visão genérica sobre o fenómeno do empreendedorismo e seus determinantes e condicionantes, transmitindo os principais conceitos, modelos e ferramentas que permitam analisar e participar inteligentemente no processo de criação e gestão de novos negócios.

Sendo o plano de negócios um instrumento essencial no processo de criação e gestão de novos negócios, a presente disciplina, após uma introdução sobre o processo de inovação e empreendedor, focalizar-se-á em transmitir aos alunos as componentes essenciais de um plano de negócios efetivo e as competências genéricas para análise e uma primeira abordagem à

construção do mesmo.

Pretende-se, assim, que os alunos consigam identificar e analisar o fenómeno do Empreendedorismo/gestão, que detenham os principais conceitos, modelos e ferramentas que os habilitem a participar inteligentemente no processo de criação e gestão de start-ups e que adquiram uma predisposição positiva para o referido processo.

Conteúdos Programáticos

- I- O QUE É UMA ORGANIZAÇÃO
- II – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO
- III - O EMPREENDEDOR
- IV – O PROCESSO DE INOVAÇÃO E A IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES
- V – O PLANO DE NEGÓCIOS
- VI – ANÁLISE E FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA
- VII - O PLANO DE MARKETING DA NOVA EMPRESA
- VIII – A FORMA JURÍDICA DA NOVA EMPRESA
- IX – ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DA NOVA EMPRESA (breve Introdução)
- X - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMO

Conteúdos Programáticos (detalhado)

- I. O que é uma Organização
 - 1. A evolução histórica da teoria das Organizações
 - 2. Empresa ? um caso particular de Organização
 - 3. A Empresa versus o Meio Ambiente
 - 4. A estrutura da empresa
 - 5. Tipos de Organização
- II – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO
 - 1. Empreendedorismo; conceitos gerais.
 - 2. O Empreendedorismo em Portugal e no mundo.
- III - O EMPREENDEDOR
 - 1. Definições de empreendedor.
 - 2. A decisão de empreender.
 - 3. O histórico do empreendedor.
 - 4. Diferenciar inventores e empreendedores.
 - 5. Características genéricas do empreendedor bem sucedido.
- IV – O PROCESSO DE INOVAÇÃO E A IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES.
 - 1. Oportunidades e ideias.
 - 2. Fontes de novas ideias
 - 3. Tendências na envolvente ambiental e oportunidades.
 - 4. Métodos de geração de novas ideias.
 - 5. O modelo de negócio (A Tela de Negócios).
- V – O PLANO DE NEGÓCIOS
 - 1. As partes componentes do plano de negócios
 - 2. A apresentação do plano de negócios.
- VI – ANÁLISE E FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA
 - 1. Visão e missão.

2. Análise externa (geral e da indústria).

3. Análise interna.

4. Análise SWOT.

5. Estratégias genéricas.

VII - O PLANO DE MARKETING DA NOVA EMPRESA

1. Conceitos genéricos de Marketing.

2. Estudo de mercado.

3. Segmentação.

4. Escolha do mercado alvo e posicionamento.

5. A marca.

6. O marketing-mix.

VIII – A FORMA JURÍDICA DA NOVA EMPRESA

1. As empresas singulares.

2. As sociedades.

3. As formalidades da criação da nova empresa.

IX – ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DA NOVA EMPRESA (breve Introdução)

1. A atividade da empresa.

2. Demonstrações financeiras.

3. Rácios de análise económico-financeira.

X - ANÁLISE DE PROJETOS DE INVESTIMENTO (breve Introdução)

1 – Regras de decisão de investimento. (Payback; VAL; TIR)

Metodologias de avaliação

Avaliação Contínua: Realização de um trabalho de grupo. Os alunos ficam aprovados com classificação igual ou superior a 9,5 (nove e meio) valores.

Avaliação por Exame - Época Normal: Prova escrita. Serão considerados aprovados à disciplina os alunos com classificação igual ou superior a 10 (dez) valores.

Avaliação por Exame - Época Recurso: Prova escrita. Serão considerados aprovados à disciplina os alunos com classificação igual ou superior a 10 (dez) valores.

Software utilizado em aula

N/A

Estágio

N/A

Bibliografia recomendada

- António, N. e Trigo, V. (1991). *Pequenas Empresas – Sucessos e Insucessos* . 1, Edições Sílabo. Lisboa

- Arnold, J. e Chapman, S. (2000). *Introduction to Materials Management* . 1, Prentice Hall. usa

- Baranano, A. (2004). *Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão* . 1, Edições Sílabo. Lisboa

- Buckingham, M. (2005). *Gestor de Sucesso* (Vol. 1).. 1, Biblioteca Exame. Lisboa

- Rua e Melo, O. (2015). *Estratégia, competitividade e internacionalização* . Vida Económica.

Porto

- Osterwalder, A. e Pigneur, Y. (2011). *Criar Modelos de Negócios . 1, . D. Quixote*. Alfragide
- Silva, E. (2015). *Projeto de Investimento - Estudo de um caso . Vida Económica*. Porto
- Silva, E. (2018). *Relatório económico-financeiro - Análise de casos . Vida Económica*. Porto

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos programáticos apresentam as várias funções que são exercidas numa empresa/organização o que permite alcançar os objetivos da unidade curricular.

Metodologias de ensino

Sessões de cariz teórico com apresentação de conteúdos e sessões de cariz mais práticos com apresentação de temas da atualidade, discussão de case studies e desenvolvimento de trabalho prático.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Os dois primeiros capítulos do programa visam apresentar o fenómeno do empreendedorismo e da gestão nas organizações, mais concretamente nas empresas. Os restantes capítulos do programa visam apresentar os conceitos, modelos e ferramentas que permitam os alunos participar no processo de criação e gestão de novos negócios.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

N/A

Programas Opcionais recomendados

N/A

Observações

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 9 - Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
- 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;

Docente responsável
