



DESCRITOR DA UNIDADE CURRICULAR

GESTÃO EMPRESARIAL E EMPREENDEDORISMO

ENTERPRISE MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP

1. Unidade Curricular:

1.1 **Área científica:** 34 - Ciências Empresariais

1.2 **Tipo (*Duração*):** Semestral

1.3 **Ano/Semestre:** 3º A / 5º S

1.4 **Tempo de trabalho (horas) (1):**

Horas de Contacto (2)								Projectos	Trabalhos no terreno	Estudo	Avaliação	Total
T	TP	PL	TC	S	E	OT	O					
	62,0					40,0				56,0	2,0	160,0

- (1) "O número total de horas do estudante, incluindo todas as formas de trabalho previstas, designadamente as horas de contacto e as horas dedicadas a estágios, projectos, trabalhos no terreno, estudo e avaliação"
- (2) Indicar para cada actividade [usando a codificação constante na alínea e) do nº 3.4 das normas] o número de horas totais; "o número de horas de contacto totais distribuídas segundo o tipo de actividade adoptada [ensino teórico (T), teórico-prático (TP) prático e laboratorial (PL), trabalho de campo (TC), seminário (S), estágio (E), orientação tutorial (OT), outra (O)]"

1.5 **Créditos ECTS:** 6

2. Requisitos e Precedências

Não se aplica.

3. Contexto

Num contexto em que ao técnico superior é solicitado um perfil multifacetado, esta UC procura introduzir a terminologia e os princípios gerais da Gestão de Empresas, facultando aos futuros técnicos competências básicas no domínio da Gestão e criando os alicerces para que o estudante possa apostar na auto-formação ao longo da sua vida profissional. Esta UC aborda as técnicas de Gestão como instrumento de fundamentação à tomada de decisão nas suas diversas vertentes: gestão de recursos humanos, da produção, financeira e comercial (marketing). Procura ainda estimular a criação de competências de empreendedorismo e espírito inovador, tanto em ambiente empresarial como em outros contextos organizacionais.

4. Competências

1. Dominar os conceitos de empresa e os princípios para a sua gestão;
2. Conhecer as técnicas de marketing para divulgar e promover os seus produtos e a sua actividade;
3. Possuir as competências técnicas e analíticas para a identificação e criação de novos negócios, com visibilidade e potencial de crescimento;



4. Dominar os instrumentos teóricos, metodológicos e analíticos que permitem investigar a problemática do empreendedorismo nas suas múltiplas vertentes.

4'. Skills

- 1: The ability to apply basic management methods and the principles for management business.
- 2: Identify the key components of marketing to promote their products and their firm.
3. The ability in different analytical techniques to identify and to begin the process of creating successful new businesses, with visibility and potential of growth
4. The ability in theoretical, in methodological and in analytic tools to investigate the Entrepreneurship issues in different context.

5. Conteúdos e Metodologias de Ensino

Conteúdos da UC:

1. Empresas. Estruturas Organizacionais. Comportamento Organizacional.
2. Gestão de Recursos Materiais: variáveis básicas da gestão e controlo de stocks – o sistema ABC e a quantidade económica.
3. Gestão da Produção: escolha do processo produtivo, planeamento da produção e filosofia “just-in-time”.
4. Gestão de Recursos Financeiros: função financeira e análise financeira, documentos-base da análise financeira, métodos e técnicas de análise – o método dos rácios, análise do equilíbrio financeiro e da rentabilidade.
5. Gestão Comercial: o Marketing Estratégico, o Marketing Mix e a importância dos estudos de mercado.
6. Empreendedorismo: ideias e oportunidades de negócio, fontes de financiamento, formalidades para criação de empresas, o plano de negócios e os critérios de avaliação de investimentos.
7. Ética e Deontologia na Empresa.

Metodologias de Ensino:

Para a concretização dos objectivos da unidade curricular e a conferência das competências previstas aos estudantes, o processo de ensino aprendizagem assenta:

1. No desenvolvimento da componente teórica com recurso ao método expositivo, complementada com componente prática recorrendo a estratégias de exposição participada, estudo de casos, exemplos práticos, resolução de exercícios e trabalhos individuais ou de grupo.
2. Na organização de seminários com oradores convidados, em particular, na temática do empreendedorismo.
3. Na elaboração em grupo de um plano de negócios de um projecto de investimento no sector do ecoturismo.

6. Resultados de Aprendizagem

Explicitam-se abaixo, por cada uma das competências consideradas, os resultados de aprendizagem sobre os quais incidirá a avaliação:

Competência 1:



1. Distingue as diferentes formas jurídico-económicas das empresas;
2. Interliga os conceitos de comportamento humano, estilos de liderança e tipos de estruturas;
3. Identifica e aplica os princípios da gestão de stocks;
4. Conhece os sistemas de planeamento da produção e os princípios da filosofia “just-in-time”;
5. Faz o diagnóstico fundamentado da situação económico-financeira de uma empresa e propõe medidas que permitam ultrapassar possíveis fraquezas identificadas.

Competência 2:

1. Conhece as funções do marketing e a sua evolução e define marketing estratégico e marketing mix;
2. Identifica as principais variáveis determinantes do comportamento do consumidor;
3. Identifica e interliga os conceitos de diferenciação, posicionamento e segmentação;
4. Define as diferentes estratégias de marketing em relação às variáveis tempo, mercado e produto;
5. Conhece e aplica as bases teórico-práticas para a realização de um estudo de mercado;

Competências 3 :

1. Identifica fontes alternativas de financiamento de projectos de investimento;
2. Conhece as formalidades para criação de uma empresa;
3. Conhece, calcula e interpreta os principais critérios de avaliação de viabilidade económico-financeira de projectos de investimento;

Competências 4 :

1. Compreende e aplica os fundamentos do Plano de Negócios, colaborando na sua construção e análise crítica;
2. Compreende os valores morais que devem reger a prática da engenharia e conhece as vantagens de ser ético no negócio.

7. Organização Modular de Avaliação

Módulo 1: Introdução à Gestão Empresarial

Objectivos: Este módulo avalia os resultados de aprendizagem referentes às competências 1 e 2.

Peso: 60%

Avaliação: Instrumentos de avaliação: dois testes escritos, representando cada um 50% da classificação final do módulo.

Módulo 2: Empreendedorismo e Ética

Objectivos: Este módulo avalia os resultados de aprendizagem referentes às competências 3 e 4.

Peso: 40%

Avaliação: Instrumentos de avaliação: 1) elaboração, em grupo, de um plano de negócios na área do ecoturismo (40%); 2) apresentação e discussão em aula do plano de negócios (20%); teste escrito (40%).



8. Avaliação em Exame:

Exame escrito, estruturado por módulos. Aplica-se a cada módulo o mesmo peso percentual do apresentado na organização modular de avaliação, a saber:

Módulo 1: 60% da classificação final;

Módulo 2: 40% da classificação final;

9. Condições para aproveitamento na UC:

Um aluno fica aprovado quando tenha cumprido o valor mínimo de presenças nas aulas (75% para cada tipo de aula), obtido uma média ponderada das classificações dos módulos igual ou superior a 9,5 valores e uma classificação em cada um dos módulos igual ou superior a 7,5 valores. Em cada ano lectivo, um aluno que não obtenha aprovação durante o período de leccionação pode ter acesso a uma reavaliação, por módulo, havendo duas chamadas, em época prevista no calendário académico. Um aluno tem acesso a reavaliação quando tenha obtido uma classificação superior ou igual a 7,5 valores num qualquer dos módulos e tenha cumprido o valor mínimo de presenças nas aulas. A avaliação em exame, em época normal ou de recurso, contempla os alunos a quem, por força de lei, não possa ser exigida a presença nas aulas e a melhoria de classificação.

10. Bibliografia:

Bibliografia de base:

SOUSA, A. – Introdução à Gestão. Lisboa: Editora Verbo, 1990.

CHIAVENATO, I. – Introdução à Teoria Geral da Empresa. Editora McGraw Hill, 3ª ed., 1993.

COURTOIS, A., PILET, M., MARTIN, C. – Gestão da Produção. LIDEL, 4ª ed., 1997.

ABECASSIS, FERNANDO, CABRAL – Análise Económica e Financeira de Projectos. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 3ª ed., 1991.

BREALEY, RICHARD A., STEWART C. MYERS – Princípios de Finanças Empresariais. Lisboa: Editora McGraw-Hill Portugal, 5ª ed., 1999.

MARTINS, A. – Introdução à análise financeira de empresas. Porto: Vida Económica, 2ª ed., 2004.

NEVES, J. C. – Análise Financeira, 2 vols. Texto Editora, 15ª ed., 2004.

KOTLER, R. – Principles of Marketing. Prentice Hall International Editions.

KOTLER, R. – Marketing Management: Analysis, Planning and Control. Prentice Hall International Editions, 1980.

BERNARDI, L. – Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmica. Editora Atlas, 2003.

Bibliografia complementar:

TAGUSPARK – PME's e I&D: <http://www3.taguspark.pt/>

Sociedade Portuguesa para a Inovação: <http://www.spi.pt/spi/>

Agência para o Empreendedorismo em Portugal: <http://www.agep.pt/public/pt/home.htm>



European Commission Enterprise and Industry: <http://europa.eu.int/comm/enterprise/>
Global Entrepreneurship Monitor: <http://www.gemconsortium.org/>
Entrepreneur.com: <http://www.entrepreneur.com/>
ANJE: <http://www.anje.pt/>
Consortium for Entrepreneurship Education: <http://www.entre-ed.org/index.htm>
Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal:
<http://www.ifdep.pt/>
IAPMEI: <http://www.iapmei.pt/>
PME-Capital: <http://www.pmecapital.pt/>
Gesventure: <http://www.gesventure.pt/>
PRIME: <http://www.prime.min-economia.pt/>
Onli – New Venture Tools: <http://onli.browser.pt/nvt/>
Business Plan Center: <http://www.businessplans.org/index.asp>
Start-up: <http://www.startupbiz.com/>
Purdue University: <https://www.agecon.purdue.edu/planner/>

Proposto pelo Regente: *M^a de Fátima M.L. Oliveira, Prof. Adj.*

O Director de Curso

(José Azevedo, Prof. Adj.)