

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Tecnologias e Negócios /
Technologies and Businesses

Área científica da UC / CU Scientific Area: Gestão e Administração / Management and Administration

Semestre / Semester: 5º

Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits: 6

Carga horária por tipologia de horas / Workload by type of hours: TP: 45; OT: 6; O: 9

Carga letiva semanal / Weekly letive charge: 3h

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Pretende-se que, no final do semestre, os alunos sejam capazes de:

- Desenvolvimento nos alunos de uma atitude empreendedora através da compreensão dos objetivos e comportamentos empresariais;
- Compreender o posicionamento estratégico dos sistemas de informação na constituição de um novo negócio;
- Compreensão e estruturação do processo de deteção e análise de oportunidades de negócio de base tecnológica;
- Definição de critérios para avaliação do potencial de um novo negócio e dos recursos necessários para o desenvolver e implementar;
- Desenvolvimento dos instrumentos de análise financeira necessários para analisar e calcular as necessidades de financiamento e para elaborar previsões da rentabilidade futura de um novo negócio;
- Identificação de fontes de financiamento para novos negócios;
- Definição dos procedimentos necessários à proteção da propriedade intelectual da ideia, design, produto ou tecnologia que suportam a ideia de negócio;
- Compreensão do papel que parcerias com grandes empresas e/ou potenciais fornecedores ou clientes poderão desempenhar no desenvolvimento da ideia;
- Compreensão do papel dos elementos da equipa de projeto no planeamento e lançamento de um novo negócio, e do tipo de parceiros que um candidato a empresário deve procurar para desenvolver a sua ideia de negócio;
- Orientação dos alunos tendo por base casos reais, ao longo de todo o processo de construção de novos negócios;
- Participação em concursos de novas ideias de negócio a nível nacional e internacional.

Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

It is intended that by the end of the semester, students will be able to:

- Develop in students an entrepreneurial attitude through the understanding of business goals and behaviors;
- Understanding the strategic positioning of information systems in the constitution of a new business;
- Understanding and structuring the process of detection and analysis of technology-based business opportunities;
- Definition of criteria for evaluating the potential of a new business and the resources needed to develop and implement it;
- Developing the necessary financial analysis tools to analyze and calculate the financing needs and to forecast the future profitability of a new business;
- Identification of financing sources for new businesses;
- Defining the procedures necessary to protect the intellectual property of the idea, design, product or technology that supports the business idea;
- Understanding the role that partnerships with large companies and/or potential suppliers or customers may play in the development of the idea;
- Understanding the role of project team members in planning and launching a new business, and the kind of partners a would-be entrepreneur should seek out to develop his or her business idea;
- Guidance of students based on real cases, throughout the process of building a new business;
- Participation in competitions for new business ideas at a national and international level.

Conteúdos programáticos:

1. Introdução ao Empreendedorismo

- 1.1 Noções e conceitos de inovação, empreendedorismo e intra-empreendedorismo
- 1.2 Distinção entre empreendedorismo tecnológico, empreendedorismo social e empreendedorismo académico
- 1.3 O empreendedorismo e o processo de desenvolvimento económico e social
- 1.4 O processo e dinâmica da inovação
- 1.5 O modelo de inovação aberta
- 1.6 O papel e perfil de um empreendedor

2. A tecnologia ao serviço do negócio

- 2.1 Utilização estratégica das tecnologias de informação
- 2.2 Soluções de e-Business
- 2.3 A cadeia de valor da Internet
- 2.4 Soluções de e-Commerce
- 2.5 Mecanismos e modelos de segurança no e-Commerce

- 2.6 O Customer Relationship Management (CRM)
- 2.7 Estratégias de e-marketing

3. Definição e identificação de uma oportunidade de negócio

- 3.1 A identificação de fontes de oportunidade e tecnologias com potencial de mercado
- 3.2 O estudo de pré-viabilidade
- 3.3 O diagnóstico interno das capacidades da empresa
- 3.4 O processo de geração de ideias
- 3.5 O processo de valorização da tecnologia
- 3.6 O processo de avaliação das oportunidades
- 3.7 O processo de tomada de decisão

4. Construção do plano de negócios

- 4.1 Apresentação da estrutura típica de um plano de negócios
- 4.2 Modelo de formulação de uma proposta de valor
- 4.3 Formulação da missão e visão empresarial
- 4.4 Posicionamento da ideia de negócio no mercado
- 4.5 Modelo de construção do produto
- 4.6 Estratégia comercial e plano de marketing
- 4.7 Planeamento financeiro do novo negócio
- 4.8 Principais indicadores de rentabilidade

5. Enquadramento legal do projeto empresarial

- 5.1 Proteção da propriedade intelectual em novos negócios de base tecnológica
- 5.2 A propriedade industrial e direitos de autor
- 5.3 O conceito de marca
- 5.4 As patentes
- 5.5 Formas de proteção e licenciamento do software
- 5.6 Procedimentos e formas legais de criação de novas empresas
- 5.7 A agenda do investidor: o capital de risco, o financiamento bancário e fundos de apoio estatais

Syllabus:

1 Introduction to Entrepreneurship

- 1.1 Notions and concepts of innovation, entrepreneurship and intrapreneurship
- 1.2 Distinction between technological entrepreneurship, social entrepreneurship and academic entrepreneurship
- 1.3 Entrepreneurship and the process of economic and social development
- 1.4 The Process and Dynamics of Innovation

- 1.5 The Open Innovation Model
- 1.6 The role and profile of an entrepreneur

2. The technology at the service of business

- 2.1 Strategic use of information technology
- 2.2 e-Business solutions
- 2.3 The Internet value chain
- 2.4 e-Commerce solutions
- 2.5 Mechanisms and security models in e-Commerce
- 2.6 Customer Relationship Management (CRM)
- 2.7 e-marketing strategies

3. Defining and identifying a business opportunity

- 3.1 Identifying sources of opportunity and technologies with market potential
- 3.2 The pre-feasibility study
- 3.3 The internal diagnosis of the company's capabilities
- 3.4 The idea generation process
- 3.5 The technology valorization process
- 3.6 The opportunity assessment process
- 3.7 The decision making process

4. Building the business plan

- 4.1 Presentation of the typical structure of a business plan
- 4.2 Model for formulating a value proposition
- 4.3 Formulating the business mission and vision
- 4.4 Positioning the business idea in the market
- 4.5 Product building model
- 4.6 Business strategy and marketing plan
- 4.7 Financial planning of the new business
- 4.8 Key profitability indicators

5. Legal framework of the business project

- 5.1 Intellectual property protection in new technology-based businesses
- 5.2 Industrial property and copyright
- 5.3 The trademark concept
- 5.4 The patents
- 5.5 Forms of software protection and licensing

5.6 Procedures and legal forms of creating new companies

5.7 The investor agenda: venture capital, bank financing and state support funds

