

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

