

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Gestão da Tecnologia em Empresas / Technology Management in Business

Área científica da UC / CU Scientific Area: Marketing e Publicidade / Marketing and Publicity

Semestre / Semester: 2º

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):

- 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;
- 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.

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

- Development in students of an entrepreneurial attitude through understanding business objectives and behaviors;
- Understand the strategic positioning of information systems in the creation of a new business;
- Understanding and structuring of the technology-based business opportunity detection and analysis process;
- Setting criteria for assessing the potential of a new business and the resources needed to develop and implement it;
- Understanding the role of project team elements in planning and launching a new business, and the kind of partners that an entrepreneur candidate should seek to develop his business idea.

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

Syllabus:

1. Introduction to Entrepreneurship

- 1.1. Concepts and concepts of innovation, entrepreneurship and intra-entrepreneurship
- 1.2. Distinction between technological entrepreneurship, social entrepreneurship and academic entrepreneurship
- 1.3. Entrepreneurship and the economic and social development process
- 1.4. The process and dynamics of innovation
- 1.5. The open innovation model
- 1.6. The role and profile of an entrepreneur

2. Technology at the Service of Business

- 2.1. Strategic use of information technologies
- 2.2. E-Business Solutions
- 2.3. The Internet Value Chain
- 2.4. E-Commerce Solutions
- 2.5. Security mechanisms and models in e-Commerce
- 2.6. The Customer Relationship Management (CRM)
- 2.7. E-marketing strategies