

Unidade Curricular	43948 (4h/semana)	<b>Empreendedorismo</b>
2º ciclo	2º Semestre	

<b>Horário 4h TP / Semanais</b>		
2ªs Feiras	09:00-11:00	10.1.11
4ªs feiras	13:00-15:00	10.1.11

Docente Responsável	Ana Daniel	e-mail: <a href="mailto:anadaniel@ua.pt">anadaniel@ua.pt</a>
Outros docentes	--	--

### Objectivos da Unidade Curricular

Os objetivos da unidade curricular são:

- Fornecer uma perspetiva holística do ecossistema empreendedor;
- Fornecer uma perspetiva integrada dos conceitos fundamentais do empreendedorismo;
- Promover a compreensão do processo empreendedor bem como fornecer técnicas e ferramentas de suporte à formulação, desenvolvimento, validação e implementação de projetos empreendedores.

### Competências a adquirir

- Capacidade para gerar e avaliar a inovação e atratividade das ideias/oportunidades de negócio;
- Capacidade para identificar as principais componentes de um modelo de negócio e como estas estão interligadas;
- Ser capaz de utilizar metodologias de apoio à implementação de ideias de negócio;

### Programa de Empreendedorismo

A unidade curricular está estruturada em 3 blocos centrais e integrados, cujos conteúdos são:

- **Conceitos de empreendedorismo:** conceitos e definições relacionados com o empreendedorismo, identificação dos principais tipos e agentes do ecossistema empreendedor.
- **Processo empreendedor:** conceitos e ferramentas relacionados com 1) identificação de oportunidades de negócio; 2) Modelos de negócio; 3) Inovação ao nível do modelo de negócio.
- **Plano de negócios:**
  - Importância e estrutura;
  - Sumário Executivo;
  - Descrição do produto/serviço;
  - Análise de Mercado;
  - Marketing e distribuição;
  - Plano de gestão;
  - Processos;
  - Plano financeiro.

As aulas têm uma grande componente prática onde, para além dos exemplo e casos de estudo apresentados, os alunos terão a oportunidade de aplicar os conceitos expostos no desenvolvimento de um projeto de negócio. Ou seja, durante as aulas os alunos irão aplicar as várias metodologias (Design

Thinking, Agile, Sprint, Lean Start-up, Business Model Design) e ferramentas (Persona Map, Job To Be Done, Consumer journey map, competitors analysis, Value Proposition, Business Model Canvas) abordadas nas aulas na resolução de um desafio, tendo no final do semestre de apresentar o pitch da sua ideia, assim como o respetivo plano de negócios.

### Modo de Avaliação

- Avaliação Contínua**

Momento de Avaliação	%	Tipo de avaliação	Data
Exercise #1: develop business ideas	5%	Entrega do “Customer job to be done canvas” preenchido	19/02/2020
Exercise #2: propose a business model for your business idea	5%	Entrega do “Business model canvas” preenchido	09/03/2020
Exercise #3: Define the characteristics / attributes of your product or service	5%	Entrega do “Value proposition canvas” preenchido	18/03/2020
Exercise #4: Calculate your market size	5%	Calculo de TAM, SAM and SOM	25/03/2020
Exercise #5: Assess your customer’s profile (designing the strategy)	5%	Entregar cópia de questionário/ guia de entrevista etc..	15/04/2020
Exercise #6: Assess your customer’s profile (analysing data)	5%	Entregar cópia de gráfico, persona map ...	22/04/2020
Exercise #7: Competitors benchmarking	5%	Entregar a “Competitors benchmarking table” preenchida	06/05/2020
Exercise #8: Promotion mix	5%	Entregar a “Promotion mix table” preenchida	13/05/2020
Pitch	20%	Apresentação oral (8 minutos por equipa)	25 e 27/05/2020
Plano de negócios	40%	Relatório escrito (máximo de 10 páginas)	8/06/2020

**Atenção:**

- Os exercícios de 1 a 8 são realizados em grupos de 3 a 4 elementos;
- Os trabalhos de grupo, tendo por base as *templates* disponibilizadas, devem ser entregues no final da aula nos dias identificados na tabela acima. Apenas os alunos que realizaram o trabalho de grupo podem ser identificados como autores, tendo a avaliação correspondente. Ou seja, os alunos que faltaram à aula, e logo não contribuíram para a realização do trabalho, têm zero nessa componente de avaliação;
- O plano de negócios deve seguir uma organização próxima da apresentada no slide nº 150, não podendo ter mais do que 15 páginas. Este deve ser entregue na data definida na tabela acima, através do upload na plataforma de e-learning (formato pdf), assim como a apresentação utilizada no *pitch*.

- Avaliação Final (comunicar a opção por avaliação final até 17/02/2020)**

Exame	100%
Melhoria – apenas na época de recurso	

**Avaliação Época de Recurso**

Exame Recurso	100%
Melhoria - Exame de Recurso com ponderação de 100%	

**Cronograma Previsto das Aulas a Lecionar em 2019/2020**

Session	Date	Materials	Topics
1	10/02	Slides 1-29	Curricular Unit Presentation: Learning Objectives, Rules, Methodology, Assessment Method & Key Dates. Entrepreneurship concepts and definitions and entrepreneurship types.
2	12/02	Slides 30-59 Case Study Webvan (read before class)	Entrepreneurial process. Opportunity identification: the case study of Wii and webvan.
3	17/02	Slides 60 – 72 Article “Know your customer jobs to be done” (read before class)	The concept of Job-to-be-done.
4	19/02	<b>Customer job to be done canvas</b>	<b>Exercise #1: develop business ideas</b>
5	24/02	Slides 75 - 97	Business model: definition and examples. Identification of the different blocks of the business model: the “right side”.
6	26/02	Slides 98- 105	Identification of the different blocks of the business model: the “left side”. Examples  <b>Session Innovation Now (15h30 – 17h30) replace the class of 2/03</b>
7	<b>02/03</b>		<b>No class</b>
8	04/03	Slides 108 - 135	Business model innovation. Examples.
9	09/03	<b>Business model canvas</b>	<b>Exercise #2: propose a business model for your business idea</b>
10	11/03	Slides 136 - 152	Opportunity development and the tools to developed successful businesses. Business plan and its importance and structure.
11	16/03	Slides 153 - 171	Product/service description. Developing de adequate value proposition.
12	18/03	<b>Value proposition canvas</b>	<b>Exercise #3: Define the characteristics / attributes of your product or service</b>
13	23/03	Slides 172 - 192	Market Analysis: tools for gathering information Market size and market development
14	25/03	<b>Calculation of TAM, SAM and SOM</b>	<b>Exercise #4: Calculate your market size</b>
15	30/03	Slides 193 - 211	Market Analysis: tools to assess customer profile & target market Qualitative approach to customer profile..
16	01/04	Slides 212 - 236	Market Analysis: tools to assess customer profile & target market Quantitative approach to customer profile
17	15/04	<b>Questionnaire, interview script</b>	<b>Exercise #5: Assess your customer’s profile (designing the strategy)</b>
18	20/04	Implementing Questionnaire, interview	<b>Continuation</b>
19	22/04	<b>Graphs, persona map ...</b>	<b>Exercise #6: Assess your customer’s profile (analysing data)</b>
20	04/05	Slides 237 - 257	Market analysis: competitors analysis
21	06/05	<b>Competitors benchmarking table</b>	<b>Exercise #7: Competitors benchmarking</b>
22	11/05	Slides 258 - 285	Marketing and distribution
23	13/05	<b>Promotion mix table</b>	<b>Exercise #8: Promotion mix</b>
24	18/05	Slides 286 - 293	Enterprise Management, business system and financial planning Reviews for the test

Session	Date	Materials	Topics
25	20/05	Slides 294 - 308	Preparing the pitch
26	25/05		Pitch session
27	27/05		Pitch session
28	01/06		Preparing the final business plan
29	03/06		Preparing the final business plan
30	08/06		Deadline to upload report on e-learning platform

### Referências Bibliográficas Base

- Bosma, N., Kelley, D. (2018). Global Entrepreneurship Monitor: 2018/2019 Global Report. London Business School: Global Entrepreneurship Research Association.
- Harvard Business Review Press (2018). Writing a Business Plan: The basics. In Harvard Business Review Press (Ed.) *Entrepreneur's handbook: everything you need to launch and grow your new business* (pp. 77-102). Boston, Massachusetts: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (1o). New Jersey: John Wiley and Sons.

Ver material disponibilizado Moodle.

A docente das aulas T  
Ana Daniel  
(anadaniel@ua.pt)