



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR  
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

*Handwritten signature/initials in blue ink.*

<b>CURSO</b>	<b>GESTÃO DE EMPRESAS – RAMO DE GESTÃO FINANCEIRA</b>	<b>ANO LECTIVO</b>	2011/2012
--------------	---	--------------------	-----------

**FICHA DA UNIDADE CURRICULAR**

<b>Unidade Curricular</b>	<b>Projecto Financeiro Aplicado</b>		
<b>Área Científica</b>	<b>Financeira</b>		
<b>Classificação curricular</b>	<b>OBRIGATÓRIA</b>	<b>Ano / Semestre</b>	3ºano/ 2ºsem

<b>Créditos ECTS</b>	<b>Horas de trabalho do aluno</b>	<b>Carga horária das sessões de ensino</b>	
		<b>Natureza Colectiva (NC)</b>	<b>Orientação Tutorial (OT)</b>
7	189	TP: 90	

<b>DOCENTES</b>		<b>CATEGORIA</b>
Responsável	Jorge Manuel Marques Simões	Professor Adjunto
Teóricas		
Teórico-Práticas	António Jorge D'Almeida Abegão	Assistente convidado
Práticas		
Prático-Laboratorial		

**OBJECTIVOS**

O objectivo da disciplina é promover a aprendizagem através da experiência prática, ajudando à criação de um potencial negócio cujo projecto deverá ter inicio na ideia de negócio, passando pela elaboração de um Plano de Negócios e a avaliação das condições de implementação da actividade, de modo a adquirir competências válidas para mais facilmente entrar no mundo do trabalho. No final desta disciplina o aluno deverá ser capaz de construir um plano de negócios realizando o diagnóstico da oportunidade, a estratégia de implementação, o projecto de investimento e o plano de implementação. Espera-se que os alunos consigam:

- Desenvolvimento de uma atitude empreendedora através da compreensão dos objectivos e comportamentos empresariais;
- Compreensão e estruturação do processo de detecção e análise de oportunidades de negócio;
- Definição de critérios para avaliação do potencial de um novo negocio 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 das fontes de financiamento para novos negócios;
- Compreensão do papel dos elementos da equipa de projecto 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 negocio.

## **PROGRAMA PREVISTO**

### **1. Conceitos de empreendedorismo**

- 1.1. A visão histórica de empreendedorismo
- 1.2. A importância do empreendedorismo no desenvolvimento económico e social

### **2. Processo Empreendedor**

- 2.1. Atitudes e competências empreendedoras
- 2.2. Gestão de ideias e identificação de oportunidades
- 2.3. Desafios e constrangimentos dos pequenos negócios
- 2.4. Caracterização do espírito empreendedor em Portugal
- 2.5. Empresa familiar
- 2.6. Inovação e tecnologia e oportunidades de negócio

### **3. Metodologias para a escolha do projecto**

- 3.1. Análise do potencial do promotor e da ideia
- 3.2. Condicionantes externas
- 3.3. As formas de iniciar a actividade
- 3.4. Competências internas necessárias
- 3.5. Pesquisa de mercados
- 3.6. Critérios de análise de oportunidades de negócios

### **4. Elaboração de um plano de negócios**

- 4.1. A importância do plano de negócios
- 4.2. Escolha da forma jurídica e actividade
- 4.3. Estratégia de marketing
- 4.4. A formalização do plano de negócios

## **5. Financiamento do projecto**

- 5.1. Planeamento financeiro e fontes de financiamento
- 5.2. Instituições publicas – análise da legislação em vigor
- 5.3. Instituições financeiras

## **6. Como criar a sua empresa**

- 6.1. Instituições e documentação necessárias à constituição da empresa
- 6.2. A equipa empresarial
- 6.3. O pacto social
- 6.4. O inicio de actividade

## **7. Sucesso/insucesso empresarial**



## BIBLIOGRAFIA

- António, Nelson Santos; Trigo, Virgínia Maria (1991). **Pequenas Empresas – Sucessos e Insucessos**, Edições Sílabo, Lisboa.
- Baranano, Ana Maria (2004). **Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão**, Edições Sílabo, Lisboa
- Brilman, Jean (2000). **As Melhores Práticas de Gestão no Centro do Desempenho**, Edições Sílabo, Lisboa.
- Buckingham, Marcus (2005). **Gestor de Sucesso**, Biblioteca Exame, Lisboa.
- Costa, Horácio e Ribeiro, Pedro (2004). **Criação e Gestão de Micro-empresas e pequenos negócios**, Edições Técnicas, Lidel
- Cruz, Eduardo (2006). **Criar uma Empresa de Sucesso**, Edições Sílabo, Lisboa.
- Pacheco, Maria Amélia; Almeida, Nunes de (2005). **Aprender a Gerir as Organizações no Século XXI**, Áreas Editora, Lisboa.
- Menezes, H. Caldeira (1987). **Princípios de Gestão Financeira**, Editora Presença, Lisboa.
- Rego, Arménio; Cunha, Miguel (2007). **O Tão da Eficácia Organizacional**, Edições Sílabo, Lisboa.
- Sousa, António de (1998). **Introdução à Gestão: Uma Abordagem Sistémica**, Editorial Verbo, Lisboa.

## WEBGRAFIA

## CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	<p>A disciplina é leccionada recorrendo a aulas teórico-práticas, em que será apresentada e discutida a matéria base, com apresentação de casos de estudo que servem de apoio à matéria teórica, bem como serão discutidos os projectos dos alunos.</p> <p>A participação dos alunos nestas aulas, através da discussão e apresentação dos respectivos projectos é fundamental para a avaliação.</p> <p>Os alunos deverão, individualmente ou em grupo (a constituição de grupos necessitará de definição específica do professor), escolher a apresentar uma ideia de negócio própria ou que se encontre em desenvolvimento por outras pessoas e que os alunos tenham acesso à informação. Pretende-se que os alunos realizem um Plano de Oportunidade apresentando um diagnóstico quanto à viabilidade</p>
--------------------	--

tecnológica e de mercado da ideia de negócio e aos recursos necessários à sua implementação, desenvolvendo um Plano de Negócios.

Assim, os alunos deverão:

- Apresentar a sua ideia ou oportunidade de negócio durante a 2ª semana do semestre; os alunos terão de entregar um resumo esquemático, incluindo texto e slides (impressos em papel);
- Apresentar durante as aulas da 6ª e 7ª semana a Análise ou Plano de Oportunidade, incluindo um diagnóstico da viabilidade tecnológica e de mercado;
- Apresentar durante as aulas da 14ª e 15ª semana o Plano de Negócios para a implementação da ideia, com entrega de um relatório final durante o período das frequências. O relatório final deverá incluir todos os pontos da estrutura indicativa.

Estrutura Indicativa:

1. Identificação do projecto
2. Produto/Serviços
3. Clientes
4. Concorrentes
5. Meio Envolvente
6. Exequibilidade de Marketing
7. Exequibilidade ao nível das operações
8. Identificação dos promotores
9. Viabilidade económico-financeira
10. Impacto social

Avaliação Periódica	É facultada aos alunos a possibilidade de dispensa a exame, através da realização das seguintes componentes de avaliação contínua com nota mínima final de 10 valores: <ul style="list-style-type: none"><li>- Participação oral nas aulas e na discussão dos projectos: 25%</li><li>- Apresentação e relatório da análise/plano de oportunidades: 30%</li><li>- Apresentação do Plano de Negócios e Relatório Final do projecto: 45%</li></ul>
Avaliação Final	A avaliação da cadeira processar-se-á através de exame final.

#### OBSERVAÇÕES

#### HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
-----	---------	-------

António José d'Almeida   
 5