

## FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

### IDENTIFICAÇÃO / IDENTIFICATION

<b>UNIDADE CURRICULAR</b>	Inovação e Empreendedorismo		
<b>CICLO DE ESTUDO</b>	Licenciatura	<b>Nº ECTS</b>	6

### OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM / LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT

#### CONHECIMENTOS APROFUNDADOS

- Inovação
- Projetos de inovação
- Marketing e tecnologia ao serviço da inovação
- Processos de inovação

#### APTIDÕES AVANÇADAS

- Saber aplicar os conhecimentos de inovação e Empreendedorismo (I&E) em contexto empresarial
- Efetuar investigações empíricas ou científicas para desenvolver novos serviços e projetos
- Desenvolver metodologias de trabalho para gerar ideias e avaliar projetos de inovação
- Selecionar e interpretar a informação relevante para incluir planos de MKT nos processos de Inovação, fundamentando as soluções que preconiza
- Resolução problemas que se levantem no âmbito de situações de incerteza tecnológica nos processos de Inovação
- Comunicar informação, ideias, problemas e soluções de I&E, tanto a públicos constituídos por especialistas como por não especialistas

#### COMPETÊNCIAS

- Gerar ideias autonomamente ou em grupo
- Implementar um negócio
- Analisar e avaliar projetos de inovação
- Desenvolver e divulgar ideias e/ou novos produtos

### CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS / SYLLABUS

1. Inovação, Conceitos e Desafios
2. Geração de Ideias
3. Desenvolvimento e Avaliação de Projectos de Inovação
4. Novas Perspectivas Tecnológicas nos Processos de Concepção e Desenvolvimento
5. Papel do Marketing no Processo de Inovação
6. Desenvolvimento de Novos Serviços
7. Propriedade Intelectual

### DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES

- Os conteúdos programáticos estão em consonância com os objetivos de aprendizagem de várias formas:
- O CAPÍTULO 1 e 2 permitem ao Estudante obter as primeiras noções sobre o processo de inovação
  - O CAPÍTULO 3 aborda os projetos de inovação
  - O CAPÍTULO 4 e 5 fornecem indicações sobre o papel do Marketing e das novas tecnologias nos processos de inovação
  - O CAPÍTULO 6 e 7 inserem o Estudante nos processos de inovação
  - todos os capítulos inserem o Estudante em contexto empresarial e a desenvolver metodologias de trabalho conducentes á aprendizagem, ao longo da vida

## MÉTODO DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUIDA) / TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)

As metodologias de ensino são essencialmente tutoriais, com o fomento do autoestudo. O docente apresenta de uma forma genérica cada capítulo dos conteúdos, fornecendo indicações de leitura e aprofundamento das temáticas aos Estudantes. Os conceitos são sempre aplicados em casos reais e em contexto empresarial.

Para aprofundar as temáticas, o estudante terá que efetuar pesquisas a partir da bibliografia aconselhada, desenvolvendo a capacidade de trabalhar de forma autónoma. Para isso, haverá sessões tutoriais de acompanhamento com o Docente.

Nas aulas, para além de dúvidas que surjam das leituras orientadas e das sessões anteriores, serão lançados temas para discussão, devendo os alunos fundamentar devidamente as suas opiniões.

## DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS ME na gestTODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES

As metodologias estão em consonância com os objetivos de aprendizagem de várias formas:

As SESSÕES TUTORIAIS e o incentivo ao AUTOESTUDO são importantes no processo de aquisição de hábitos de **aprendizagem ao longo da vida**.

As PESQUISAS BIBLIOGRÁFICAS são importantes para que o Estudante aprenda a efetuar **INVESTIGAÇÕES COM AUTONOMIA**.

As discussões nas aulas, implicam a necessidade de recolher informação e de efetuar análises bibliográficas para sustentar e fundamenta os juízos emitidos.

**A ANÁLISE DE CASOS** é importante para o estudante aprender a aplicar os conceitos adquiridos em contexto real.

**O DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO** prático fomenta a autonomia do estudante, **ensinando, entre outros, a selecionar informação e a RESOLVER PROBLEMAS em situações de incerteza**.

A apresentação pública dos trabalhos é fundamental para que o Estudante aprenda a comunicar em público e a sustentar as suas opiniões.

## BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA / RECOMMENDED BIBLIOGRAPHY

Magreta, J. et all (2020): Inovação dos Modelos de Negócio. São Paulo: Actual Editora

Silva, G. & Silva, J. (2020): Estratégia- o poder da gestão estratégica para identificar, explorar e resolver problemas. São Paulo: Actual Editora

Vilhena, P. (2018). Os 12 desafios do empreendedor. Lisboa: Sabedoria Alternativa

Hirsch, R, Michael, P. & Shepherd, D. (2017). Entrepreneurship. (10 ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill

Pereira, L, Costa, R. & António, N. (2020): Projeto Empresarial - A arte de criação de valor. São Paulo: Actual Editora

Möhring, M.M. (2014). Innovation in a High Technology B2B Context: Exploring Supply Networks, Processes and Management. Wiesbaden: Springer Gabler

Cury, A. (2020): 20 Regras de Ouro para Educar Filhos e Alunos - Como Formar Mentres Brilhantes na Era da Ansiedade. Alcabideche: Pergaminho.

COTEC Portugal (set 2020). <http://www.cotecportugal.pt/pt/>

AGÊNCIA NACIONAL DE INOVAÇÃO (set 2020). <https://www.ani.pt/>