



## Empreendedorismo em Ciências

**Doc. Responsável:** Helena Vieira

**Departamento:** Outro (TEC LABS – CENTRO DE INOVAÇÃO)

**Área Científica:** Ciências Empresariais; da Gestão e Organização

**Créditos/Horas de Contacto:** 3ECTS; 28 horas TP + 14 horas OT

**Contacto:** [hmvieira@ciencias.ulisboa.pt](mailto:hmvieira@ciencias.ulisboa.pt)

### Programa

Nº da aula	Data da aula TP11	Data da aula TP12	Tema da aula
1.	17/Set	20/Set	Apresentação da disciplina. Expectativas e Objectivos. Métodos e elementos de avaliação ao longo do semestre. Escolha dos grupos de trabalho para projectos I2B.  Emprego versus negócio. <i>Soft skills</i> e vantagem no mercado actual. <i>Empreendedorismo</i> - Conceito de empreendedorismo. Competências empreendedoras. Inter e Intraempreendedorismo. Empreendedorismo social e económico. Startups Versus PMEs.
2.	24/Set	27/Set	Inovação e os seus diversos modelos - Conceito de Inovação. Inovação radical e incremental. Outros modelos de inovação. <i>Blue Ocean Strategy</i> . A Propriedade intelectual (PI). Código de propriedade industrial na U.Lisboa. Patentes e outras formas de protecção.
3.	01/Out	04/Out	WORKSHOP em <i>Design Thinking</i> – Parte 1.  Pensamento criativo e disruptivo - <i>Design Thinking</i> como ferramenta. Conceito de disruptão tecnológica. Desenvolvimento de produto. O método do <i>Design Thinking</i> . MVP e pivotação
4.	08/Out	11/Out	WORKSHOP em <i>Design Thinking</i> – Parte 2 (WALLET EXERCISE).  Introdução ao <i>Business Model Canvas</i> (BMC) - Construção de modelos de negócios. Tipologias de Modelos de Negócio.  Selecção e elaboração das propostas I2B/grupo- título e resumo do conceito.
5.	22/Out	18/Out	Ideação. Proposta de valor. Segmentos de clientes e formulários de hipóteses.  Projectos I2B - Definição da proposta de valor. Definição dos segmentos de clientes. Definição das hipóteses a testar. Implementação dos testes necessários para validação das hipóteses. <b>(alunos devem trazer um computador/tablet por grupo)</b>
6.	29/Out	25/Out	Seminários por Oradores Externos (Empreendedores de Ciências)



<b>7.</b>	<b>05/Nov</b>	08/Nov	Gestão de Comunicação. Comunicação de ciência. Comunicação profissional. Comunicação pessoal. <i>Pitching</i> e a arte de convencer.
<b>8.</b>	12/Nov	15/Nov	Princípios de Gestão. Princípios de Finanças. Plano financeiro e plano de negócios. (Bruno Amaro, TEC LABS) Validação do BMC dos projectos I2B. Selecção e validação do modelo de negócio. Estruturas de custos e receitas dos projectos I2B. Trabalho de grupo nos Canvas e Pitch
<b>9.</b>	<b>19/Nov</b>	<b>22/Nov</b>	<b>1ª Apresentação dos projectos I2BTeams (BMC e validação).</b> (10 min) Entrega da 1ª Versão da tela BMC.
<b>10.</b>	26/Nov	29/Nov	<i>Fontes de financiamento e investimento.</i> 3Fs. Financiamento público Versus Investimento privado. Crowdfunding. <u>Seminários por oradores externos</u> (especialistas em financiamento de startups).
<b>11.</b>	<b>03/Dez</b>	<b>06/Dez</b>	<b>Pitch individual sobre tema à escolha por cada aluno</b> (2 min).
<b>12.</b>	<b>10/Dez</b>	<b>13/Dez</b>	<b>Pitch final das I2BTEAMS</b> (5 min). Entrega do BM Canvas Final e de todo o material produzido pelo projecto. Conclusões e encerramento da disciplina.

**Notas:** Devido ao feriado do 1 de Novembro (que coincide com a aula da TP12) e à necessidade de eliminar a aula de 15 de Outubro da turma TP11 as aulas ficarão desencontradas durante 2 semanas, sendo recuperado o ritmo na 1ª semana de Novembro.

## Método de Avaliação

A avaliação desta disciplina é contínua, no decorrer do semestre, sem exames finais.

Todos os alunos têm que comparecer a pelo menos 9 aulas, e estar presentes nos momentos de avaliação formal durante as aulas. Os resultados serão mesuráveis essencialmente pela forma de trabalhos orais, debates e intervenções nas aulas, desenvolvimento de competências pessoais e profissionais e evolução de aprendizagem.

O projecto principal a desenvolver pelos alunos será avaliado através de apresentações intermédias e apresentação final.

## Bibliografia

- Clark, T., Osterwalder, A. e Pigneur, Y (2009), “Business Model Generation”. Self Published. ISBN:978 2 8399 0580 0.
- Osterwalder, A., et al. (2014), “Value Proposition Design”
- Clark, T., Osterwalder, A. e Pigneur, Y (2012), “Business Model You”
- Steve Blank. (2013). The four steps to Epiphany. Self Published. ISBN: 0 989 200 507.
- Eric Ries. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business, USA. ISBN 978-0-307-88789-4.
- Biodesign Website: <http://www.stanford.edu/group/biodesign/cgi-bin/ebiodesign/>
- Ambrose, G. e Harris, P. (2009), “Basics Design 08: Design Thinking”, AVA Publishing SA

- Blank, S. e Dorf, Bob (2012), "The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company", K & S Ranch
- Campinos, A., et al. (2010), "Código da Propriedade Industrial - Anotado", Almedina
- Entrepreneurship Monitor – GEM Portugal 2016
- Ernest & Young (2011), "Nature or nurture DNA"
- Glei, Jocelyn K. (2014), "Make your Mark: The Creative's guide to building a business with impact", Amazon Publishing
- Hoffman, R. e Casnocha, B. (2012), "The startup of you: Adapt to the Future, Invest in Yourself, and Transform your Career", The Alliance
- Kawasaki, G. (2004) "The Art of the Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything"
- Kelley, T., Littman, J. e Peters, T. (2001), "The Art of Innovation - Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm", Profile Business
- Mota, A., e Custódio, C. (2006), "Finanças das Empresas", Booknomics
- Rede ETC - Universidade de Lisboa (2014), "Princípios Gerais e Carta de Boas Práticas"
- Regulamento de Propriedade Intelectual da Universidade de Lisboa
- Rocha, M. e Carreiro, H. (2005), "Guia da Lei do Direito de Autor na Sociedade da Informação", Centro Atlântico
- Smith, J. e R. Smith (2004, 2ª Ed.), "Entrepreneurial Finance", Willey
- Summers, J. E Smith, B. (2009), "Communication Skills Handbook", John Willey & Sons Ltd
- Timmons, J., A. Zacharakis e S. Spinelli (2004), "Business Plans that Work", McGraw-Hill
- Tzu, S. (1997), "The Art Of War"
- Vários Autores (2013), "A Alma do Negócio: Um guia práctico para os empreendedores em Portugal", Sabedoria Alternativa
- WSI (2013), "Digital Minds: 12 Things Every Business Needs to Know about Digital Marketing", Friesenpress
- Young, S. (2012), "The Badass Book of Social Media and Business Communication", Get in Front Communications, Inc.
- [patentscope.wipo.int/search/en/search.jsf](http://patentscope.wipo.int/search/en/search.jsf) :: Patente Scope (base de dados do WIPO)
- [worldwide.espacenet.com/?locale=en](http://worldwide.espacenet.com/?locale=en) :: EP Espacenet (base de dados do EPO)
- [www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt) :: Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e Inovação
- [www.inpi.pt](http://www.inpi.pt) :: Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)