



## FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

### Unidade Curricular

201321018 - EMPREENDEDORISMO E BUSINESS DESIGN

### Tipo

Obrigatória

#### Ano lectivo

2022/23

#### Curso

Mestrado Design Produto

#### Ciclo de estudos

2º

#### Créditos

3.50 ECTS

#### Idiomas

Português ,Inglês

#### Periodicidade

semestral

#### Pré requisitos

#### Ano Curricular / Semestre

1º / 2º

### Área Disciplinar

Ciências Sociais e do Território

### Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	3.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00

### Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto  
42.00

Horas totais de Trabalho  
98.00

### Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

José Rui de Carvalho Mendes Marcelino

### Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

José Rui de Carvalho Mendes Marcelino 3.00 horas

### Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

A educação em empreendedorismo constituiu-se numa importante componente das mais diversas formações, incluindo a dos designers, intimamente articulada com uma perspectiva de capacitação para a liberdade, a inovação e o desenvolvimento sustentado e justo. Neste sentido, os objectivos desta cadeira abarcam:

- . O conhecimento do empreendedorismo, seus conceitos, componentes e instrumentos.
- . O desenvolvimento de competências pessoais e sociais para a exploração e sustentação de ideias empreendedoras como designers.
- . O estímulo de projectos empreendedores e a articulação efectiva com experiências concretas da actividade dos designers, através da observação de casos concretos, da pesquisa e partilha de informação adequada, da formulação e operacionalização de ideias criativas.

### **Conteúdos Programáticos / Programa**

- O que é o trabalho, hoje: estudo e debate de Frey & Osborne (2013) sobre o futuro do trabalho.
- Abordagens do empreendedorismo: diversas escolas teóricas e uma perspectiva democrática do empreendedor.
- Características e motivações do empreendedor.
- Os designers como empreendedores.
- Missão de empreender.
- Detectar e analisar oportunidades.
- Definir e prosseguir estratégias.
- Plano de negócios.
- Captar e gerir clientes.
- Liderar e tomar decisões.
- Constituir equipas e gerir o trabalho.
- Formalidades e financiamentos.
- Métrica e avaliação do design.
- Comunicar: elevator pitching.
- Comunicar: websiting.
- Ética do empreendedor

### **Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular**

Uma aprendizagem e experiência neste âmbito pode permitir:

- . Conhecer o valor do empreendedorismo na actividade dos designers;
- . Identificar e analisar criticamente as principais temáticas do empreendedorismo;
- . Familiarizar-se com casos de empreendedorismo em geral e de designers em especial;
- . Compreender como a sua carreira futura pode ser capacitada pela aquisição de conhecimento e capacidades de empreendedorismo;
- . Adquirir experiência efectiva na formulação e concretização de oportunidades de negócio e na captação de clientes.

### **Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

Trata-se de uma metodologia learning by doing. Os seus elementos são:

1. ler & comentar - leitura, estudo e debate de textos motivadores (individual).
2. aprender com outros - estudo de casos de empreendedorismo de designers e sua apresentação em aula (individual).

3. visitar e reportar – contactar, visitar e analisar empresas de design de produto e reportar em aula (em grupos de dois).
4. empreender & web – conceber uma empresa de design de produto original e apresentá-la, com todas as suas componentes, na web (individual).

É obrigatória a participação em todas as actividades e em pelo menos 3/4 das aulas leccionadas. A nota resultará da média das actividades 2, 3 e 4.

Condições de isenção de exame final:

1. Participar no ponto 1 e em pelo menos 3/4 das aulas leccionadas.
2. 10 ou mais na média dos pontos 2, 3, 4

Os alunos que não cumpram estas condições terão de fazer o exame final

### **Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular**

O empreendedorismo tem um profunda dimensão funcionalista que só pode ser desenvolvida através da participação e análise crítica de casos e experiências concretas. Daí esta abordagem metodológica.

### **Bibliografia Principal**

- Donald F. Kuratko (2014). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Mason, OH: South Western Cengage Learning.
- Enrique Allen & Corina Yen (eds) (n/d). *Designer Founders*. Designer Fund and Pre/Post.
- James P. Cramer & Scott Simpson (2004), *How Firms Succeed: A Field Guide To Design Management*. Atlanta, GA: Greenway Communications.
- Kern & Burns (eds) (2013), *Conversations with Design Entrepreneurs*. Kern & Burns, Ebook.

### **Bibliografia Complementar**

- Bureau of European Design Associations, ToolBox and Publications, Bruxelas, BEDA
- Carl Benedikt Frey & Michael A. Osborne (2013, «The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation?», Working paper, Oxford, Oxford University.
- Dana T. Redford, ed. (2013). *Handbook de Educação em Empreendedorismo no Contexto Português*. Porto: Universidade Católica Editora.
- Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas Industriais (n/d), «Como elaborar um plano de negócios», IAPMEI, Lisboa.
- International Council of Societies of Industrial Design, Resources, Quebec, ICSID.
- James Moultrie & Finbarr Livesey (2009). *International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities*, Cambridge, University of Cambridge Institute for Manufacturing.
- Manuel Portugal Ferreira, Fernando Ribeiro Serra & João Carvalho Santos (2008). *Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. Lisboa, Sílabo.
- Pedro Dionísio, Joaquim Vicente Rodrigues, Luíz Moutinho & Hélia Gonçalves Pereira (2012). *Marketing Trends: Antecipar o Futuro Para Inspirar o Presente*. Lisboa: Bnomics.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Mairead Brady, Malcom Goodman & Torben Hansen (2012). *Marketing Management*. Essex: Pearson Education.

Tony Apéria & Mats Georgson (2008). Strategic Brand Management: A European Perspective.  
Harlow: Pearson Education.



## CURRICULAR UNIT FORM

### Curricular Unit Name

201321018 - Entrepreneurship and Business Design

### Type

Compulsory

#### Academic year

2022/23

#### Degree

Master Product Design

#### Cycle of studies

2

#### Unit credits

3.50 ECTS

#### Lecture language

Portuguese ,English

#### Periodicity

semester

#### Prerequisites

#### Year of study/ Semester

1 / 2

### Scientific area

Social and Territory Sciences

### Contact hours (weekly)

Tehoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	3.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00

### Total CU hours (semester)

#### Total Contact Hours

42.00

#### Total workload

98.00

### Responsible teacher (name /weekly teaching load)

José Rui de Carvalho Mendes Marcelino

### Other teaching staff (name /weekly teaching load)

José Rui de Carvalho Mendes Marcelino 3.00 horas

### Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students)

Entrepreneurship education is a crucial component of higher education, including for designers, closely articulated with a view to training for free enterprise, innovation and development. Thus, the objectives of this chair cover:

- . The study of entrepreneurship, its concepts, components and instruments.
- . The development of personal and social skills to operate and support business ideas in the field of design.

. The stimulation of entrepreneurial projects and the effective articulation with concrete experiences of the activity of design through the direct observation of real cases, the research and sharing of information, the conception and management of entrepreneurial experiences.

## **Syllabus**

- The future of employment - study and debate of Frey & Osborne (2013)
- Entrepreneurial concepts and theories. A democratic perspective.
- Characteristics and motivations of the entrepreneur
- Entrepreneurial as designers
- Definition our mission
- Detect and select opportunities
- Business plan
- Obtain and manage clients
- Leadership and making decisions
- Building work team and managing them
- Formalities and financing
- Metrics and evaluation of design
- Communication : elevator pitching and websiting
- Entrepreneurial Ethics

## **Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit´s learning objectives**

Learning and experience in this area can enable:

- . Understand the value of entrepreneurship in the design professions;
- . Identify and critically analyze major issues in entrepreneurship;
- . Become familiar with some of the leading cases in general and specifically in design profession;
- . See how their future career can be enhanced by acquiring some basic entrepreneurial knowledge and skills.
- . Gain some hands-on experience proposing ventures for creative entrepreneurship and for future prospective clients.

## **Teaching methodologies (including evaluation)**

It is a learning by doing methodology based on these components:

1. Read & comment (individual): read, study, analyze significant references and comment on them in class;
2. Learning with others (individual) - case study and presentation;
3. Visit & report (group 2): select a product design company, contact them, collect data and report it in class;
4. Entrepreneurial & web (individual): conceive a design company and presenting it in the web;

Students need to attend at least 3/4 of classes.

Final evaluation results from 2, 3 and 4 average.

Conditions for exemption final exam

1. Participate in point 1 and achieve point 5

2. 10 or more on average of 2, 3 , 4

Students who do not meet these conditions need to make final exam

### **Demonstration of the coherence between the Teaching methodologies and the learning outcomes**

Entrepreneurship has a deep functionalist dimension that can only be developed through the participation and critical analysis of concrete cases and experiences. Hence this methodological approach.

### **Main Bibliography**

Donald F. Kuratko (2014). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Mason, OH: South Western Cengage Learning.  
Enrique Allen & Corina Yen (eds) (n/d). *Designer Founders*. Designer Fund and Pre/Post.  
James P. Cramer & Scott Simpson (2004), *How Firms Succeed: A Field Guide To Design Management*. Atlanta, GA: Greenway Communications.  
Kern & Burns (eds) (2013), *Conversations with Design Entrepreneurs*. Kern & Burns, Ebook.

### **Additional Bibliography**

Bureau of European Design Associations, ToolBox and Publications, Bruxelas, BEDA  
Carl Benedikt Frey & Michael A. Osborne (2013, «The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation?», Working paper, Oxford, Oxford University.  
Dana T. Redford, ed. (2013). *Handbook de Educação em Empreendedorismo no Contexto Português*. Porto: Universidade Católica Editora.  
Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas Industriais (n/d), «Como elaborar um plano de negócios», IAPMEI, Lisboa.  
International Council of Societies of Industrial Design, Resources, Quebec, ICSID.  
James Moultrie & Finbarr Livesey (2009). *International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities*, Cambridge, University of Cambridge Institute for Manufacturing.  
Manuel Portugal Ferreira, Fernando Ribeiro Serra & João Carvalho Santos (2008). *Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. Lisboa, Sílabo.  
Pedro Dionísio, Joaquim Vicente Rodrigues, Luíz Moutinho & Hélia Gonçalves Pereira (2012). *Marketing Trends: Antecipar o Futuro Para Inspirar o Presente*. Lisboa: Bnomics.  
Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Mairead Brady, Malcom Goodman & Torben Hansen (2012). *Marketing Management*. Essex: Pearson Education.  
  
Tony Apéria & Mats Georgson (2008). *Strategic Brand Management: A European Perspective*. Harlow: Pearson Education.