

Plano Analítico: Empreendedorismo nas TIC

1. Identificação da Unidade Curricular

- **Curso:** Engenharia de Redes e Telecomunicações (ERT)
 - **Ano:** 3º | **Semestre:** 2º
 - **Créditos:** 6.0 UC
 - **Carga Horária Total:** 90 Horas
 - **Distribuição:**
 - **Teóricas (T):** 20h
 - **Teórico-Práticas (TP):** 20h
 - **Práticas (P):** 20h
 - **Trabalho Autónomo (TA):** 22h
 - **Orientação e Tutoria (OT):** 4h
 - **Avaliação (AV):** 4h
-

1. Fundamentação

O setor das TIC é um dos mais dinâmicos da economia. Para um engenheiro de ERT, não basta dominar a infraestrutura; é preciso compreender como criar valor através dela. Esta disciplina fundamenta-se na necessidade de criar "Engenheiros-Empreendedores" capazes de identificar lacunas no mercado de conectividade e serviços digitais, desenvolvendo Startups ou gerindo projetos inovadores dentro de grandes empresas (Intraempreendedorismo).

2. Objectivos Instrutivos e Educativos

- **Instrutivos:** Compreender o conceito de empreendedorismo e o ecossistema de Startups; dominar ferramentas de modelação de negócio (**Business Model Canvas**); aprender sobre propriedade intelectual e patentes em software e hardware; elaborar planos de negócio para projetos de redes.
- **Educativos:** Estimular a proatividade e a resiliência; desenvolver competências de liderança e trabalho em equipa; promover a ética nos negócios e a responsabilidade social corporativa.

3. Resultado de Aprendizagem

O estudante será capaz de:

- Transformar uma ideia técnica num modelo de negócio estruturado.
- Validar hipóteses de mercado utilizando a metodologia **Lean Startup**.
- Elaborar um **Pitch** convincente para investidores ou parceiros estratégicos.
- Compreender os aspetos legais e fiscais da criação de empresas em Angola.

4. Planeamento Temático (6 UC)

Tema	Horas (T+TP+P)	Conteúdo Programático
I. O Espírito Empreendedor	8h	Perfil do empreendedor; Criatividade e inovação; Oportunidades no mercado de Telecom.
II. Modelação de Negócio	14h	O Business Model Canvas (9 blocos); Proposta de Valor; Segmentos de Clientes.
III. Metodologias Ágeis	12h	Lean Startup; Construção do MVP (Mínimo Produto Viável); Pivotagem vs. Perseverança.
IV. Marketing e Vendas TIC	12h	Estratégias Go-to-Market; Marketing Digital para serviços de tecnologia; Canais de distribuição.
V. Plano Financeiro e Pitch	14h	Estrutura de custos e fontes de receita; Investimento e ROI; Técnicas de Pitching.

5. Recomendações Metodológicas

- **Oficina de Startups (20h):** Os alunos devem formar equipas e desenvolver uma ideia de negócio baseada em TIC (ex: uma nova solução de ISP rural ou uma App de gestão de redes).
- **Método Lean:** Realização de entrevistas reais de validação com potenciais clientes para testar a "Proposta de Valor".
- **Pitch Deck:** Finalização da disciplina com uma competição de "Elevator Pitch", onde cada grupo apresenta a sua ideia num tempo limitado.

6. Sistema de Avaliação

Conforme a alocação de **4h para AV**:

- **Avaliação Contínua (60%):** Preenchimento do Business Model Canvas (20%) e Desenvolvimento do MVP/Protótipo inicial (40%).
- **Avaliação Formal (40%):** Apresentação final do Plano de Negócio (Pitch) perante um júri simulado.

7. Bibliografia Principal Indicada

1. **OSTERWALDER, Alexander.** *Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios*. Alta Books.
2. **RIES, Eric.** *A Startup Enxuta (The Lean Startup)*. Sextante.
3. **DORNELAS, José.** *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. Atlas.