

Módulo: Ideias e oportunidades de negócio

Carga Horária: 50 horas

Objetivos

- Identificar os desafios e problemas como oportunidades.
- Identificar ideias de criação de pequenos negócios, reconhecendo as necessidades do público-alvo e do mercado;
- Descrever, analisar e avaliar uma ideia de negócio capaz de satisfazer necessidades;
- Identificar e aplicar as diferentes formas de recolha de informação necessária à criação e orientação de um negócio;
- Reconhecer a viabilidade de uma proposta de negócio, identificando os diferentes fatores de sucesso e insucesso;
- Reconhecer as características de um negócio e as atividades inerentes à sua prossecução;
- Identificar os financiamentos, apoios e incentivos ao desenvolvimento de um negócio, em função da sua natureza e plano operacional.

Conteúdos

- Criação e desenvolvimento de ideias/oportunidades de negócio;
- Noção de negócio sustentável;
- Identificação e satisfação das necessidades;
- - Formas de identificação de necessidades de produtos/serviços para potenciais clientes/consumidores;
- - Formas de satisfação de necessidades de potenciais clientes/consumidores, tendo presente as normas de qualidade, ambiente e inovação;
- Sistematização, análise e avaliação de ideias de negócio;
- Conceito básico de negócio;
- - Como resposta às necessidades da sociedade;
- Das oportunidades às ideias de negócio;
- - Estudo e análise de bancos/bolsas de ideias;
- - Análise de uma ideia de negócio - potenciais clientes e mercado (target) ;
- - Descrição de uma ideia de negócio;
- Noção de oportunidade relacionada com o serviço a clientes;
- Recolha de informação sobre ideias e oportunidades de negócio/mercado;
- Formas de recolha de informação;
- - Direta – junto de clientes, da concorrência, de eventuais parceiros ou promotores
- - Indireta – através de associações ou serviços especializados - públicos ou privados, com recurso a estudos de mercado/viabilidade e informação disponível on-line ou noutros suportes;
- Tipo de informação a recolher;

- - O negócio, o mercado (nacional, europeu e internacional) e a concorrência;
- - Os produtos ou serviços;
- - O local, as instalações e os equipamentos;
- - A logística – transporte, armazenamento e gestão de stocks;
- - Os meios de promoção e os clientes;
- - O financiamento, os custos, as vendas, os lucros e os impostos;
- Análise de experiências de criação de negócios;
- Contacto com diferentes experiências de empreendedorismo;
- - Por sector de atividade/mercado;
- - Por negócio;
- Modelos de negócio;
- - Benchmarking;
- - Criação/diferenciação de produto/serviço, conceito, marca e segmentação de clientes;
- - Parceria de outsourcing;
- - Franchising;
- - Estruturação de raiz;
- - Outras modalidades;
- Definição do negócio e do target;
- Definição sumária do negócio;
- Descrição sumária das atividades;
- Target a atingir;
- Financiamento, apoios e incentivos à criação de negócios;
- Meios e recursos de apoio à criação de negócios;
- Serviços e apoios públicos – programas e medidas;
- Banca, apoios privados e capitais próprios;
- Parcerias;
- Desenvolvimento e validação da ideia de negócio;
- Análise do negócio a criar e sua validação prévia;
- Análise crítica do mercado;
- - Estudos de mercado;
- - Segmentação de mercado;
- Análise crítica do negócio e/ou produto;
- - Vantagens e desvantagens;
- - Mercado e concorrência;
- - Potencial de desenvolvimento;
- - Instalação de arranque;
- Economia de mercado e economia social – empreendedorismo comercial e empreendedorismo social;
- Tipos de negócio;
- Natureza e constituição jurídica do negócio;
- - Atividade liberal;

- - Empresário em nome individual;
- - Sociedade por quotas;
- Contacto com entidades e recolha de informação no terreno;
- Contactos com diferentes tipologias de entidades (municípios, entidades financiadoras, assessorias técnicas, parceiros, ...);
- Documentos a recolher (faturas pró-forma; plantas de localização e de instalações, catálogos técnicos, material de promoção de empresas ou de negócios, etc...).