

Ano Académico: 2025/2026	Pós-Graduação em Criação e Gestão de Startups em Turismo		
Identificação da unidade curricular (UC)			
Nome:	Plano de Negócios / Business Plan		
Código (se aplicável):		ECTS:	5
Departamento (se aplicável):	Ciências Empresariais		
Área Científica da UC	345	Ano Curricular	Não aplicável
Total de Horas de Trabalho:	140	Total de Horas de Contacto:	24
Identificação do docente			
Nome:	António Eduardo Martins		
Correio Eletrónico:	antonio.martins@eshte.pt	Horário de atendimento:	A acordar com os participantes
Dados da UC	Português	Inglês	
Objetivos de Aprendizagem (Learning Outcomes of the curricular unit)	- Aplicar conhecimentos que permitam criar um negócio ou viabilizar um negócio existente; - Identificar e avaliar uma oportunidade ou resolver um problema organizacional; - Implementar os conhecimentos de gestão de forma multidisciplinar aplicando-os ao desenvolvimento de um modelo de negócio; - Desenvolver a capacidade de apresentar em público um projeto organizacional;	- Apply knowledge that enables the creation of a new business or the viability of an existing one. - Be able to identify and evaluate an opportunity or solve an organisational problem. - Apply management knowledge in a multidisciplinary way, using it to develop a business model. - Develop the ability to publicly present an organisational project.	

	- Traduzir uma ideia num negócio sustentável mediante a aplicação de conceitos basilares de gestão e de instrumentos de análise adequados; - Utilizar instrumentos que permitam converter uma ideia em um conceito de negócio: nomeadamente através da utilização das ferramentas: “Business Model Canvas” e Plano de Negócios; - Preparar um plano de negócios abrangente.	- Translate an idea into a sustainable business by applying fundamental management concepts and appropriate analytical tools. - Use tools that allow the conversion of an idea into a business concept, namely, using the “Business Model Canvas” and Business Plan tools. - Prepare a comprehensive business plan.
Conteúdos programáticos (Syllabus)	1. Abordagem Geral – caso aplicado 2. Aplicação de identificação e avaliação de oportunidades 3. Estruturação do modelo de negócio e estratégia 4. Conceção do plano de recursos humanos e equipa 5. Conceção do plano de marketing e posicionamento 6. Conceção da análise e viabilidade financeira 7. Apresentação e defesa do projeto	1. General Approach – applied case 2. Application of opportunity identification and assessment 3. Structuring the business model and strategy 4. Design of the human resources and team plan 5. Design of the marketing and positioning plan 6. Design of financial analysis and feasibility 7. Project presentation and defence
Demonstração da coerência: conteúdos/objetivos de aprendizagem (Demonstration of the syllabus/learning objectives)	Os conteúdos programáticos encontram-se organizados com uma coerência sequencial sustentada.	The course contents are organized in a coherent and sequential manner. This curricular unit aims to apply management knowledge in a multidisciplinary way for the development of a business project.

	Esta UC pretende aplicar os conhecimentos de gestão de forma multidisciplinar para o desenvolvimento de um projeto empresarial. Pretende-se promover a aplicação de metodologias de ensino centradas no estudante que incentivem o desenvolvimento do espírito empreendedor, o trabalho em equipa, a discussão, a partilha e a criação de um ambiente de aprendizagem participativo e que se interligue com a realidade organizacional nacional e internacional.	It seeks to promote the use of student-centred teaching methodologies that encourage the development of entrepreneurial spirit, teamwork, discussion, sharing, and the creation of a participatory learning environment that connects with both national and international organisational realities.
Metodologia de ensino	Será utilizada uma metodologia de ensino participativa, com equilíbrio entre os métodos expositivo e ativo. As aulas serão desenvolvidas utilizando uma abordagem centrada no participante, envolvendo-o na resolução e compreensão dos assuntos lecionados, para maximizar a aprendizagem e a utilidade dessa aprendizagem para o contexto profissional. Assim, será efetuado um acompanhamento a cada um dos participantes sobre o desenvolvimento do seu plano de negócios em concreto. A UC divide-se em dois momentos. Numa primeira fase, no início do segundo semestre, serão aplicados os conceitos lecionados no primeiro semestre, para desenvolvimento e	A participatory teaching methodology will be used, balancing expository and active methods. Classes will be developed using a participant-centred approach, involving students in the resolution and understanding of the topics covered, to maximise learning and its applicability in a professional context. Each participant will receive guidance on the development of their specific business plan. The curricular unit is divided into two phases. In the first phase, at the beginning of the second semester, the concepts taught in the first semester will be applied to the development and implementation of the business plan. In the second phase, at the end of the second semester, financial and project feasibility

	aplicação do plano de negócios. Numa segunda fase, no final do segundo semestre, são abordadas as temáticas financeiras e de viabilidade do projeto, culminando com a apresentação do projeto final a um painel.	topics will be addressed, culminating in the final project presentation to a panel.
Critérios de avaliação (Evaluation methodologies)	O processo de construção do conhecimento é baseado numa participação ativa, conjugando aulas teóricas que são complementadas por momentos de análise crítica sobre questões-chave, e outras mais teórico-práticas suportadas em exemplos práticos, estimulando-se o debate em torno dos mesmos. Existe um projeto global (transversal a todas as UC) que pesará 50% na avaliação, os restantes 50% são avaliados de acordo com a participação nas aulas (20%) e apresentação oral (30%) de uma ideia de negócio (a decorrer durante as sessões). O projeto final global será avaliado pela coerência do mesmo, consistência e incluirá uma apresentação em formato de pitch, a um painel composto por docentes da PG e especialistas externos. Exame Final - alunos que obtiverem classificação inferior a 10 valores.	The knowledge-building process is based on active participation, combining theoretical classes complemented by critical analysis of key issues, and more theoretical-practical sessions supported by real-life examples, encouraging debate around them. There is an overarching project (common to all curricular units) that will account for 50% of the assessment. The remaining 50% will be based on class participation (20%) and the oral presentation (30%) of a business idea (to take place during class sessions). The overall final project will be evaluated based on its coherence, consistency, and will include a pitch presentation to a panel composed of PG faculty members and external experts. Final Exam – for students who achieve a grade lower than 10 (out of 20).
Demonstração da coerência: metodologias/objetivos de aprendizagem (Demonstration of the	Para estimular a participação ativa dos alunos num modelo E-Learning, as aulas são divididas em duas partes, a primeira em	To encourage active student participation in an E-Learning model, classes are divided into two parts: the first focuses on

methodologies/learning objectives)	que predomina a exposição dos conteúdos, ou apresentação de casos de estudo e um segundo momento de reflexão crítica estimulada a partir da apresentação de questões a analisar e da avaliação dos casos de específicos apresentados pelos estudantes, promovendo momentos de avaliação crítica e interação.	content delivery or the presentation of case studies, and the second consists of critical reflection, stimulated through the presentation of analytical questions and the evaluation of specific cases presented by students, promoting moments of critical assessment and interaction.
Bibliografia de consulta/existência obrigatória (Bibliography/Mandatory resources)	Bibliografia Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2020). Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures (6th ed.). Pearson. McKeever, M. (2021). Como elaborar um plano de negócios (14.ª ed.). São Paulo: Editora Nolo. Finch, B. (2016). How to Write a Business Plan (5th ed.). Kogan Page. Burns, P. (2016). Empreendedorismo e Pequenas Empresas (2.ª ed.). Porto Alegre: Bookman. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). Empreendedorismo (9.ª ed.). Porto Alegre: AMGH. Portal do Empreendedor – Governo de Portugal - https://eportugal.gov.pt	Bibliography Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2020). Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures (6th ed.). Pearson. McKeever, M. (2021). Como elaborar um plano de negócios (14.ª ed.). São Paulo: Editora Nolo. Finch, B. (2016). How to Write a Business Plan (5th ed.). Kogan Page. Burns, P. (2016). Empreendedorismo e Pequenas Empresas (2.ª ed.). Porto Alegre: Bookman. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). Empreendedorismo (9.ª ed.). Porto Alegre: AMGH. Portal do Empreendedor – Governo de Portugal - https://eportugal.gov.pt
Palavras-chave (máximo 4):	Modelo de Negócio, Plano de Negócios.	Business model, Business plan.