

Unidade curricular:

Seminários

Curricular Unit:

Seminars

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver (1000 carateres);

Consciencializar os alunos para a importância do domínio de novas competências para além das de cariz clínico como forma de potenciar o sucesso profissional.
Dotar os alunos de um conjunto de competências que facilitem uma atitude empreendedora, seja num projeto pessoal seja em trabalho por conta de outrem.
Diversificar e potenciar as saídas profissionais após conclusão do curso, seja através da criação do próprio emprego, seja por uma maior diferenciação face a outros profissionais de saúde.
No final desta unidade curricular o aluno deverá ter desenvolvido a capacidade de pensar numa perspetiva de negócio, sendo capaz de elaborar uma versão, ainda que simplificada, de um plano de negócios.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed (1000 caracteres)

Consciousness students to the importance of having new skills beyond the clinical ones, as a way to potentialize professional success.
Build skills that help building an entrepreneurial attitude both in a personal project and working for a third party.
Diversify and potencialize professional growth after graduation both by creating a own job or by having greater differentaion comparing with other professionals.
At the end of this curricular unit, the student should have developed the ability to think in a business perspective, being also able to elaborate a simplified version of a business plan.

Conteúdos programáticos (1000 carateres):

- 1) A importância de equacionar saídas alternativas:
- 2) Construção de uma metodologia para alcançar os objetivos pessoais:
- 3) A importância de uma atitude comercial inteligente:
 - a. O conceito (e preconceito) da venda
 - b. Método de vendas:
 - c. Definição de um produto vendável: de um produto, a uma ideia, passando pelo "eu"
- 4) Introdução à Gestão
 - a. Empresas

- b. Gerir
 - c. Custos
 - d. Introdução à economia: conceitos económico
 - e. Investimento
 - f. Outros conceitos: i) produtividade, ii) eficácia, iii) eficiência
- 5) Como construir um negócio
- a. Criação formal de empresas
 - b. Aumentar o conhecimento da envolvente externa, com espírito crítico: o diagnóstico externo
 - c. Conhecimento de outros conceitos de gestão estratégica e criação de negócios
- 6) Plano de negócios

Syllabus (1000 caracteres)

- 1) The importance of considering alternative professional paths
- 2) Building a methodology to achieve personal goals
- 3) The importance of an intelligent commercial attitude:
 - a. The concept and preconcept of sales
 - b. Sales method
 - c. Definition of a "selling" product: from a product to an idea going through "myself"
- 4) Introduction to management
 - a. Companies
 - b. Management
 - c. Costs
 - d. Introduction to economics: economic concepts
 - e. Investment
 - f. Other concepts: i) productivity, ii) efficacy, iii) efficiency
- 5) How to create a business
 - a. Company's formal creation
 - b. To increase knowledge about the external environment: the external diagnosis
 - c. Knowing other management concepts of strategiacal management and business creation
- 6) Business Plan

Referências bibliográficas (máximo três títulos):

- Hitt M. A., Ireland R.D., Hoskikisson R.E. (2003). Strategic Management Competitiveness and Globalization. 5th ed., Thomson South Western.
- Chiesa C. (2004). Fidelizando para Fidelizar: Como dirigir, organizar y retener a nuestro equipo comercial. 2ª ed., EUNSA.
- Kotler P. (2000). Administração de Marketing. 10ªed., Prentice Hall.