

ANEXO XV

Programa de Ensino da Disciplina de Noções de Empreendedorismo

Ensino Secundário 2º Ciclo



Ficha Técnica

Título: Programa de Ensino da Disciplina de Noções de Empreendedorismo – Ensino Secundário - 2º Ciclo

Edição: ©INDE/MEC - Moçambique

Autor: Composição, Arranjo gráfico: INDE/MEC – Moçambique

Capa, Composição, Arranjo gráfico: INDE/MEC – Moçambique

Arte final: INDE/MEC - Moçambique

Tiragem:

Impressão

Nº de registo: INDE/MEC



Índice

Introdução	5
Competências a desenvolver na disciplina de N. de Empreendedorismo no 2º ciclo.....	6
Objectivos da disciplina de Noções de Empreendedorismo no 2º Ciclo	7
Visão Geral dos Conteúdos da disciplina de N. de Empreendedorismo do 2º Ciclo.....	8
Plano Temático da Disciplina de Noções de Empreendedorismo - 10ª Classe	12
1º Trimestre.....	13
Unidade Temática I: Empreendedorismo e dignidade do trabalho	13
Unidade Temática II: Atitude no uso de rendimento	16
Unidade Temática III: Impostos	17
2º Trimestre.....	18
Unidade Temática IV: Identificação de oportunidades de projectos.....	18
Unidade Temática V: Noções de estudo de mercado	22
Unidade Temática VI: Empresa	23
3º Trimestre.....	25
Unidade Temática VII: Seguros nos negócios	25
Plano temático da Disciplina de Noções de Empreendedorismo da 11ª classe.....	27
1º Trimestre.....	28
Unidade Temática I: Metodologia de trabalho de projecto para criação de empresa.....	28
Unidade Temática II: Comunicação empresarial	29
2º Trimestre.....	31
Unidade Temática III: Identificação de oportunidades	31
Unidade Temática IV: Gestão de produção.....	34
Unidade Temática V: Produção mais limpa	36
3º Trimestre.....	38
Unidade Temática IV: Gestão de marketing	38
Plano Temático da Disciplina Noções de empreendedorismo da 12ª classe	41
1º Trimestre.....	42
Unidade Temática I: Oportunidade de carreiras e emprego	42
Unidade Temática II: Plano empresarial	43
Unidade Temática III: Processo de legalização duma empresa.....	45
2º Trimestre.....	46
Unidade Temática IV: Introdução a gestão financeira	46
Unidade Temática V: Gestão de recursos humanos	48
Unidade Temática VI: Ética empresarial.....	50
3º Trimestre.....	52



Unidade Temática VII: Uso de TIC nas empresas	52
Unidade temática VIII: Legislação e serviços de L. e de apoio para as empresas ...	53
Avaliação	55
Bibliografia	55



Introdução

Os programas de Noções de Empreendedorismo destinam-se a proporcionar aos alunos os elementos essenciais para compreender o papel do empreendedorismo na economia e na sociedade, desenvolvendo a sua capacidade como indivíduos criativos, responsáveis e preparados para tomar iniciativas que gerem valor para si próprios e para a desenvolvimento local para sua comunidade. Pretende-se que os alunos adquiram atitudes, hábitos e competências práticas como identificação de oportunidades, planificação, comunicação, trabalho em equipa e resolução de problemas que lhes sejam úteis na vida pessoal, no mercado de trabalho e na continuação dos seus estudos.

Os conteúdos abordam conceitos fundamentais (empreendedorismo e sua importância, conceito de trabalho, tipos de trabalho, valor e dignidade do trabalho), bem como temas transversais (mitos e convicções sobre a natureza do trabalho, valores nos negócios e atributos pessoais para o sucesso). A sequência didática parte da contextualização do empreendedorismo na realidade local, passa pela definição e classificação do trabalho, explora o valor económico e social do trabalho e a sua dignidade, confronta mitos e crenças limitantes, e culmina no desenvolvimento de competências pessoais e éticas aplicáveis à criação e gestão de iniciativas.

A progressão pedagógica privilegia sempre a ligação entre o geral e o concreto introduzindo qualitativamente um fenómeno ou conceito, segue-se a sua caracterização e exemplificação em contextos reais, e conclui-se com actividades de aplicação prática e produção de pequenos projectos. Assim, os alunos observam e discutem situações do quotidiano, quantificam e comparam opções (tipos de trabalho, vantagens e riscos) e aplicam ferramentas simples de análise (por exemplo FOFA/Análise FOFA) para fundamentar decisões.

A metodologias sugeridas abordagens são activas e integradas, aula invertida com microtextos e vídeos pré-aula para os conceitos, aprendizagem baseada em projectos e para investigação de oportunidades locais. As simulações e oficinas para treinar negociação, apresentação de ideias e resolução de conflitos. As contempladas visitas e entrevistas a microempreendedores e cooperativas para observação directa e uso de estudos de caso para analisar valores e dilemas éticos. As Ferramentas digitais (editores colaborativos, plataformas de videoconferência, simuladores e templates) vem para apoiar a investigação, a comunicação e a construção de portfólios.

A avaliação é contínua e diversificada, combinando instrumentos formativos e somativos, rubricas claras para avaliar compreensão conceptual, qualidade do autodiagnóstico, aplicação prática (planos de ação, FOFA, protótipos), trabalho em equipa e comunicação; produtos curtos e significativos (uma-página reflexivo, relatório de visita, plano SMART de desenvolvimento pessoal, pitch de projecto) facilitam o acompanhamento e a retroalimentação. Visto que a carga horária é



relativamente reduzida, priorize o autodiagnóstico, um resumo crítico e um plano de desenvolvimento pessoal apoiados por templates e entrevistas remotas.

Em suma, a disciplina visa articular reflexão, conhecimento e prática, contextualizando o empreendedorismo nas realidades locais do nosso País e promovendo competências pessoais e sociais que capacitem os alunos a identificar oportunidades, tomar decisões informadas e contribuir de forma ética e sustentável para o desenvolvimento económico e comunitário.

Competências a desenvolver na disciplina de Noções de Empreendedorismo no 2º ciclo

Ao nível do segundo ciclo o ensino da disciplina de Noções de Empreendedorismo visa desenvolver, nos alunos, competências que lhes permitam:

- usar termos das línguas moçambicanas e respeitar símbolos e património cultural para diferenciar produtos.
- promover criatividade, estudo de mercado e análise FOFA para conceber e implementar ideias com autonomia.
- incentivar a busca permanente de informação e uso de tecnologias apropriadas na produção.
- desenvolver autoconfiança, persistência, rigor e orientação para qualidade.
- fomentar liderança, trabalho colectivo, associativismo e cooperativismo para projectos individuais e conjuntos.
- ensinar fontes de financiamento, formalização legal e cumprimento fiscal.
- promover negócios que respeitem o ambiente, os direitos das comunidades e a inclusão de pessoas com necessidades especiais.
- aplicar regras básicas de higiene e segurança no trabalho (HST) e acções de prevenção contra estigmas do HIV/SIDA.
- privilegiar formas amistosas de resolver litígios e competir pela qualidade mantendo boas relações.
- elaborar e apresentar projectos em línguas locais, português, inglês e francês.
- encarar mudanças como oportunidades para novos produtos, serviços e métodos de trabalho.
- elaborar, implementar e gerir projectos e planos de poupança de pequena dimensão com metas claras;
- oferecer bens e serviços diversificados para diferentes consumidores.



Objectivos da disciplina de Noções de Empreendedorismo no 2º Ciclo

Com a disciplina de Noções de Empreendedorismo pretende-se que os alunos sejam capazes de:

- desenvolver uma atitude e mentalidade positivas em relação ao trabalho e auto emprego;
- desenvolver uma personalidade com competências empreendedoras;
- identificar e aproveitar oportunidades no ambiente;
- desenvolver capacidades de gestão de empreendimentos;
- compreender o papel do empreendedorismo na economia e na sociedade, identificando o seu impacto no desenvolvimento local e nas oportunidades de emprego e criação de valor;
- definir e aplicar conceitos fundamentais relacionados com empreendedorismo, trabalho, tipos de trabalho, valor e dignidade do trabalho;
- desenvolver atitudes e disposições empreendedoras, como iniciativa, criatividade, responsabilidade e resiliência, que favoreçam a tomada de iniciativa e a autonomia profissional;
- Identificar e avaliar oportunidades de negócio no contexto local, utilizando ferramentas básicas de análise (por exemplo FOFA/Análise FOFA) para fundamentar decisões;
- promover competências práticas de planeamento, comunicação, trabalho em equipa e gestão básica de recursos, necessárias à conceção e implementação de pequenas iniciativas;
- estimular o pensamento crítico e ético, capacitando os alunos para analisar mitos e convicções sobre o trabalho e para tomar decisões empresariais alinhadas com valores e responsabilidade social;
- fomentar a capacidade de autoavaliação e desenvolvimento pessoal, através de instrumentos de autodiagnóstico e planos de ação com metas SMART para melhoria contínua de competências;
- integrar aprendizagem teórica e prática por meio de metodologias ativas (ABP, projectos, role-plays, visitas e entrevistas), preparando os alunos para a participação ativa no mercado de trabalho e para a continuidade dos estudos;



Visão Geral dos Conteúdos da disciplina de Noções de Empreendedorismo do 2º Ciclo

Unidade temática	10ª Classe	11ª Classe	12ª Classe
I	<p>Empreendedorismo e dignidade do trabalho</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empreendedorismo e sua importância • Conceito de Trabalho • Tipos de trabalho • Valor de trabalho • Dignidade do trabalho • Mitos e convicções sobre a natureza do trabalho • Valores e convicções nos negócios • Atributos pessoais no trabalho para sucesso na vida 	<p>Metodologia de trabalho de projecto para criação de empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introdução à metodologia de trabalho de projeto • Fases da metodologia de projeto • Criação de empresa (ligada ao projeto) • Planificação da empresa • Fontes e formas de financiamento 	<p>Oportunidade de carreiras e emprego</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades de carreiras profissionais e de emprego • Mercado de trabalho • O empresariado • Associativismo • Cooperativismo
II	<p>Atitude no uso de rendimento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de rendimento • Formas de rendimento • Usos de rendimento (consumo, poupança e investimento) • Relação entre consumo, poupança e investimento • Plano de poupança • Clube de poupança 	<p>Comunicação empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Comunicação • Importância da comunicação eficaz nos negócios • Tipos de comunicação • Cartas comerciais • Informação visual • Negociação 	<p>Plano empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plano empresarial Conceito • Importância de plano empresarial • Capital fixo • Capital circulante • Custo de projecto • Indicadores de viabilidade • Projecto escolar



<p style="text-align: center;">III</p>	<p>Impostos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Imposto • Processo evolutivo de impostos em Moçambique • Tipos impostos (IVA, IRPS, IRPC) e taxas em Moçambique • Importância sócio-económica de impostos e taxas na actualidade 		<p>Processo de legalização duma empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reserva de nome • Registo comercial • Registo fiscal (NUIT) • Licenciamento de actividade
<p style="text-align: center;">IV</p>	<p>Identificação de oportunidades de projectos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de oportunidade de projectos • Tipos de necessidades • Identificação de oportunidades a partir de recursos locais • Identificação de oportunidades a partir de bens e serviços consumidos localmente • Identificação de oportunidades a partir problemas das comunidades • Projecto e feira escolar • Factores básicos de selecção da oportunidade • Aplicação da análise FOFA 	<p>Identificação de oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades com base na situação geográfica • Adição de valor de bens e serviços • Cadeia de valor de bens e serviços • Oportunidades além-fronteira • Factores básicos na selecção de oportunidades de negócio 	<p>Introdução a gestão financeira</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de gestão financeira • Importância de gestão financeira • Tipos de contas • Tipos de registos e livros de registos • Principais documentos contabilísticos • Indicadores de viabilidade • Orçamentação



V	<p>Noções de estudo de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de mercado • Estudo de mercado • Importância do estudo de mercado • Passos principais de estudo de mercado: – Métodos de recolha de dados – Questionários de estudo de mercado – Relatório de estudo de mercado 	<p>Gestão de produção</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de produção • Ciclo de produção • Desenho de produto • Qualidade • Marca • Embalagem • Gestão de stock 	<p>Gestão de recursos humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importância de gestão de recursos humanos • Legislação laboral • Políticas da empresa na gestão de recursos humanos • Motivação de recursos humanos • Avaliação de desempenho • Gestão de risco de HIV/SIDA • Relações públicas • Gestão dum pequena empresa
VI	<p>A empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Empresa e sua importância • Classificação de empresas • Associativismo, cooperativismo empresarial e sua importância • Processo de legalização dum empresa • Empresa, sociedade e meio ambiente 	<p>Produção mais limpa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meio ambiente e os problemas globais • Efluentes de processos de produção • Princípios gerais da produção mais limpa 	<p>Ética empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relação com os empregados e colaboradores • Relação com clientes • Relação com a concorrência • Relação com governo • Relação com comunidade a redor



<p style="text-align: center;">VII</p>	<p>Seguros nos negócios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Riscos • Tipos de riscos • Formas de gestão de risco • Seguro, conceito e importância • Tipos de seguros 	<p>Gestão de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segmentação de mercado • Marketing mix • Técnicas de venda, distribuição e promoção de bens e serviços • Arte de Vender • Feira escolar 	<p>Uso de TIC nas empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de TIC • Importância de TIC nas empresas • TIC como meios de comunicação • TIC como instrumentos de registo e banco de dados • TIC como instrumento de planificação • TIC como instrumento de negócio • Uso da IA para criação de negócios e empresas
<p style="text-align: center;">VIII</p>			<p>Legislação e serviços de legalização e de apoio para as empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serviços de legalização para empresas • Serviços de apoio para empresas • Sistema financeiro em Moçambique



Plano Temático da Disciplina de Noções de Empreendedorismo - 10^a Classe



Unidade Temática I: Empreendedorismo e dignidade do trabalho

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o significado de empreendedorismo • Explicar o significado de trabalho • Distinguir trabalho e actividade económica • Descrever os tipos de trabalho • Classificar formas de trabalho • Explicar a importância do trabalho • Descrever os diferentes mitos e convicções sobre a natureza e o estatuto social do trabalho • Caracterizar a personalidade do empreendedor (iniciativa, responsabilidades, comunicação) 	<p>Empreendedorismo e dignidade do trabalho</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empreendedorismo e sua importância • Conceito de Trabalho • Tipos de trabalho • Valor de trabalho • Dignidade do trabalho • Mitos e convicções sobre a natureza do trabalho • Valores e convicções nos negócios • Atributos pessoais no trabalho para sucesso na vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstra os seguintes elementos que caracterizam a personalidade de um empreendedor: <ul style="list-style-type: none"> a) Criatividade b) Tomada de decisões c) Habilidades interpessoais d) Comunicação eficaz e) Solução de problemas • Descrever os tipos de trabalho • Descrever os diferentes mitos e convicções sobre a natureza e o estatuto social do trabalho • Explicar a importância do trabalho 	<p>5 aulas</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Descrever as competências empreendedoras pessoais • Identificar os benefícios e desafios do empreendedor 		<ul style="list-style-type: none"> • Descrever os atributos pessoais que levam ao sucesso no trabalho e na vida • Gera ideias inovadoras para o sucesso individual e colectivo • Implementa ideias inovadoras de forma criativa e com dedicação para superar as metas individuais e colectivas • Valoriza os diferentes tipos de trabalho independentemente da sua natureza • Executa diferentes tipos de trabalho sem complexo nem preconceito devido a sua natureza 	
---	--	--	--

Sugestões metodológicas

Sugere-se que o professor inicie a unidade com objectivos claros, e que prepare uma pré-aula (microtextos ou vídeos curtos) que apresente o empreendedorismo e sua importância, o conceito de trabalho, tipos de trabalho e noções sobre valor e dignidade do trabalho, de modo a libertar o tempo de sala para actividades práticas e reflexivas. Em sala, organize os alunos em pequenos grupos e combine momentos de reflexão colectiva, autoconhecimento e aprendizagem activa. Comece por um teste de perfil empreendedor e por um autodiagnóstico de atributos pessoais (responsabilidade, pontualidade, iniciativa, resiliência, comunicação, trabalho em equipa), seguido de uma reflexão individual escrita de uma página sobre motivações e pontos fortes e de debates em pares para partilha de resultados e identificação de traços comuns. Utilize estudos de



caso de empreendedores locais e testemunhos (presenciais ou remotos) para relacionar personalidade, competências e decisões empresariais, e proponha oficinas curtas para desenvolver competências práticas como a criatividade, iniciativa, gestão do tempo e comunicação através de desafios de 20 minutos, simulações de resolução de problemas e role-plays de apresentação de ideias e de entrevistas de emprego. Para explorar o valor e a dignidade do trabalho, promova estudos de caso e role-plays sobre condições laborais, negociação de salários e direitos, e peça aos alunos que mapeiem o impacto económico e social de um negócio local (mapa de stakeholders) e preencham uma tabela comparativa sobre tipos de trabalho (formal, informal, por conta própria, assalariado). Para desmontar mitos e convicções sobre a natureza do trabalho, organize a atividade “mito versus evidência” com pesquisa orientada e entrevistas a profissionais, culminando num relatório crítico de uma página que confronte crenças comuns com provas recolhidas. Trabalhe valores e convicções nos negócios por meio de debates estruturados e simulações de dilemas éticos, pedindo aos grupos que elaborem um código de conduta curto ou justifiquem decisões empresariais com base em princípios éticos. Para ligar teoria e prática no empreendedorismo, proponha uma análise FOFA focada em oportunidades e riscos de empreender e um painel de discussão onde grupos defendam, com argumentos, a opção por empreender ou por emprego assalariado; cada grupo deverá produzir um relatório curto que relacione o perfil pessoal com três competências a desenvolver e um plano de acção com metas SMART para seis semanas. Integre as TIC ao longo do processo na produção de formulários online para autodiagnóstico, editores colaborativos para cartas e planos, gravação de role-plays para autoavaliação e portfólios digitais para reunir evidências.

Avalie com rubricas claras que considerem compreensão conceptual (empreendedorismo, conceito de trabalho), qualidade do autodiagnóstico, aplicabilidade das competências identificadas, qualidade das análises (FOFA, mapa de impacto) e participação nas atividades práticas; como produtos finais peça um one-page reflexivo, um portfólio curto com evidências das atividades e um plano pessoal com três metas SMART. Sabendo que carga horária é escassa, concentre-se no material pré-aula, no teste de perfil, no one-page com três competências prioritárias e no plano de desenvolvimento pessoal, usando templates prontos e entrevistas remotas para enriquecer e agilizar a experiência.



Unidade Temática II: Atitude no uso de rendimento

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é rendimento • Descrever as diferentes formas de rendimento • Explicar as diferentes formas de uso de rendimentos • Explicar a relação entre consumo, poupança e investimento • Elaborar um plano de poupança • Implementar um plano de poupança de forma individual ou colectiva (criar um clube de poupança na turma) 	Atitude no uso de rendimento <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Rendimento • Formas de rendimento • Usos de rendimento (consumo, poupança e investimento) • Relação entre consumo poupança e investimento • Plano de poupança • Clube de poupança 	<ul style="list-style-type: none"> • Valoriza o rendimento que resulta do trabalho próprio e dos outros • Demonstra orientação para uso racional de rendimento • Gera poupança a partir do seu rendimento • Usa a poupança para realizar investimentos de maior benefício e com sustentabilidade 	<p style="text-align: center;">4 aulas</p>

Sugestões Metodológicas

O dinheiro e tempo ambos são recursos escassos. Porém, apenas o dinheiro é geralmente encarado assim. Sugere-se ao professor que introduza esta unidade temática com um debate sobre se o dinheiro e o tempo são de facto recursos escassos. Com o debate, pretende-se despertar nos alunos a necessidade de encarar e usar o dinheiro e o tempo de forma positiva e racional. No fim do debate, o professor deve apoiar os alunos a perceberem que ambos recursos requerem plano e disciplina para maximizar melhor o seu uso.

Numa primeira fase, os alunos orientados pelo professor vão exercitar a elaboração de planos de poupança e de gestão do tempo. Depois disso, de forma individual ou em grupos poderão fazer esta actividade. Sugere-se ao professor que abra espaço para que os alunos possam usar Tecnologias de Informação como simuladores.



Os alunos devem praticar a poupança colectiva criando clubes de poupanças nas suas turmas e devem ser explicados logo no início que, os valores acumulados nos clubes de poupança são para o seu próprio benefício e poderão ser aplicados no seus projectos e na feira escolar.

Sugere-se que no fim de cada trimestre, os professores ou o professor da disciplina juntamente com os alunos, realizarem um trabalho de balanço para apurar-se a turma que formou o melhor clube de poupança, em termos de organização e montante acumulado.

Unidade Temática III: Impostos

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é imposto • Descrever os principais tipos de impostos e taxas relacionadas com exercício da actividade económica • Reconhecer a importância sócio-económica de impostos e taxas 	Impostos <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Imposto • Processo evolutivo de impostos em Moçambique • Tipos impostos (IVA, IRPS, IRPC) e taxas em Moçambique • Importância sócio-económica de impostos e taxas na actualidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância sócio económica de impostos e taxas • Paga, de livre vontade, impostos e outras taxas • Cooperar com as autoridades fiscais e outras entidades inerentes no seu pagamento 	<p>4 aulas</p>

Sugestão metodológica

Sugere-se que nas vésperas da introdução deste tema, o professor convide técnicos da autoridade tributária para darem palestra sobre os tipos de impostos, taxas e sua importância para o desenvolvimento económico do País. Uma outra possibilidade é os alunos visitarem as repartições de autoridade tributária e fazerem entrevistas aos técnicos, para posteriormente apresentarem e debaterem os resultados das entrevistas na turma.

Na primeira aula, sugere-se que sob orientação do professor, os alunos debatessem os benefícios sócio-económicos de impostos e taxas, baseando-se nos resultados da palestra ou das entrevistas.



Unidade Temática IV: Identificação de oportunidades de projectos

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é oportunidade de projectos • Identificar oportunidades de projectos a partir de: Recursos locais: • Bens e serviços consumidos localmente • Problemas nas comunidades • Implementar um projecto escolar • Participar numa feira escolar • Caracterizar os factores básicos de selecção de oportunidade de projectos • Aplicar de forma elementar a análise FOFA na escolha de oportunidade. 	<p>Identificação de oportunidades de projectos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de oportunidade de projectos • Tipos de necessidades • Identificação de oportunidades a partir de recursos locais • Identificação de oportunidades a partir de bens e serviços consumidos localmente • Identificação de oportunidades a partir problemas das comunidades • Projecto e feira escolar <p>Seleção de oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Factores básicos de selecção da oportunidade • Aplicação da análise FOFA 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstra capacidade de observação de oportunidades de projectos no meio sócio económico local Identifica oportunidades de projectos na comunidade local • Seleciona oportunidades de projectos de pequena dimensão recorrendo a análise FOFA. 	<p>5 aulas</p>



Sugestões Metodológicas

Como ponto de partida, os alunos devem ser orientados a compreender que toda a oportunidade de projecto visa satisfazer necessidades de pessoas. E a seguir estes devem ser orientados a apresentarem exemplos dos diferentes tipos de actividades desenvolvidas nas suas comunidades relacionando-os com as necessidades concretas a serem satisfeitas.

A – fontes de ideias

Sugere-se que os alunos, sob orientação e acompanhamento do professor efectuem um passeio de estudo na comunidade a redor e alistam as diferentes necessidades que podem ser satisfeitas com determinados projectos. Posteriormente, os alunos apresentam na turma as ideias de projectos resultantes do estudo feito na comunidade.

Os alunos podem ficar a saber dos ensinamentos do passeio de estudo com uma explicação do professor sobre as seguintes fontes de ideias de projectos:

- 1º Uso de conhecimento ou talento pessoal.** Exemplo: Fazer bolo de aniversário para os colegas nas datas em que cada um completa anos.
- 2º A partir de recursos existentes ou locais.** Exemplo: Iniciar uma alfaiataria a partir duma máquina de costura do pai ou dum parente que não esteja sendo explorada.
- 3º A partir de bens ou serviços consumidos localmente.** Exemplo: Criar aves como galinhas de corte, codornizes, coelhos, produzir ovos, entre outros para substituir a importação.
- 4º A partir de problemas nas comunidades: Exemplo.** Usar a bicicleta ou mota para minimizar a falta de transporte. Com recurso as TIC, produzir convites, cartões de visita, vídeos promocionais de produtos locais, pequenos panfletos publicitários para os colegas.

Os alunos divididos em grupos podem alistar várias oportunidades a partir das fontes de ideia acima descritas e posterior apresentação e fundamentação. O professor pode observar e censurar a interacção entre os grupos resultando num processo de aprendizagem a partir de êxitos e erros próprios e de outros.

B - Selecção de oportunidades

O elevado número de ideias de projectos resultantes do processo de identificação pode deixar os alunos indecisos sobre qual delas é a melhor. Face a isso, o professor deve orientar a aprendizagem da **Análise FOFA**.

O professor pode representar a técnica de Análise FOFA com um esquema, Figura 1 a seguir, e enfatizar de que as forças e fraquezas estão com



o empreendedor, portanto, este, pode as controlar e geri-las, enquanto que, as oportunidades e ameaças encontram-se fora dele, por isso, não podem ser controladas nem geridas pelo empreendedor. Sugere-se que o professor destaque que o empreendedor deve usar as suas forças para eliminar as suas fraquezas, evitar as ameaças e aproveitar as oportunidades.

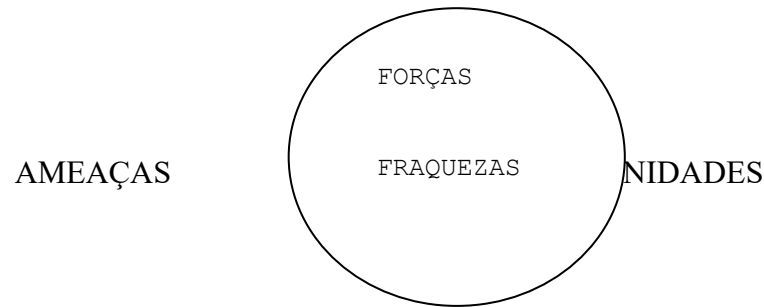


Fig.1. Esquema da Análise FOFA

Para facilitar a compreensão e a assimilação da técnica da Análise FOFA, sugere-se, que se faça demonstração a partir de exemplos simples, realizando vários exercícios.

As ideias de negócios identificadas pelos alunos podem servir para iniciar um projecto escolar usando os fundos acumulados nos clubes de poupança ou participar na feira escolar.

O colectivo de professores de Noções de Empreendedorismo pode promover círculos de interesse e concursos onde diferentes alunos apresentam e defendem ideias de oportunidades de projectos.

Até ao fim desta unidade temática, cada aluno deve ter pelo menos uma oportunidade de projecto identificada.

Sugere-se que, os alunos continuem a ser assistidos pelo professor para melhoria das suas ideias de projectos através do Gabinete de Noções de Empreendedorismo (GNE) e da Caixa de Correspondência (CC).

Além disso, sugere-se também que o professor explore a possibilidade de articulação, inter ajuda e desenvolvimento de actividades conjuntas com professores de outras disciplinas na identificação de oportunidades de projectos.



Por exemplo:

- Na Agropecuária, pode-se identificar uma variedade de projectos, tais como:
 - a) Projectos de produção de hortícolas, cereais e tuberculos;
 - b) Projectos de produção de cana, girassol e tabaco;
 - c) Projecto de criação de aves (galinhas, patos, gansos, cordonizes, etc);
 - d) projectos de criação de coelhos;
 - e) projectos de criação de suínos;
- Em Psico-pedagogia, podem ser identificados projectos educativos, tais como:
 - a) Projectos de aulas de explicação;
 - b) Projectos de aulas de Educação de Adultos;
 - c) Projectos de desenvolvimento de materiais de ensino, e entre outros.
- Na Educação Física podem ser identificados:
 - a) Projectos de clubes de desporto;
 - b) projectos de produção de materiais desportivos;
 - c) projectos de realização de competições, e entre outros.
- Usando as TIC, podem ser identificados projectos de elaboração de convites, calendários e outros. Na robótica podem ser identificados projectos de criação de cursos de curta duração para crianças e jovens que queiram aprender mais sobre programação e inovação tecnológica;
- Nas Artes Cénicas podem ser identificados projectos na área de cultura (criação de grupos de dança, de canto, de teatro, etc).
- Na Educação Visual, Desenho e Geometria Descritiva podem ser desenvolvidos:
 - a) Projectos de desenvolvimento de produtos;
 - b) Projectos de desenvolvimento de materiais para marketing e para a feira escolar;



Unidade Temática V: Noções de estudo de mercado

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é mercado • Explicar o que é pesquisa de estudo de mercado • Explicar a importância de estudo de mercado • Descrever os passos principais no estudo de mercado • Preparar questionário de estudo de mercado • Elaborar relatório de estudo de mercado 	<p>Estudo de Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Mercado • Conceito de Estudo de mercado • Importância do estudo de mercado • Passos principais de estudo de mercado • Métodos de recolha de dados • Questionários de estudo de mercado • Relatório de estudo de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza estudo de mercado • Aplica os métodos de estudos de mercado para iniciar um negócio 	<p>4 aulas</p>

Sugestões Metodológicas

Nesta unidade temática, a partir dos bens e serviços das oportunidades de projectos identificados, os alunos são orientados pelo professor para avaliarem o seguinte:

1º Existência de consumidores interessados e em número suficiente para iniciar um negócio rentável;

2º Existência de concorrentes e sua relevância;

3º A existência dum ambiente sócio económico favorável para prática do tipo de negócio;

Antes do trabalho de campo, sugere-se que os alunos sejam apresentados e tenham explicação sobre a estrutura e organização do estudo de mercado e estes elaborem questionários para o efeito.

No final, os alunos apresentam e discutem na turma os relatórios do estudo de mercado elaborados individualmente ou em grupo. Sugere-se que, as discussões dos alunos sejam moderadas pelo professor para consolidação das suas aprendizagens.



Unidade Temática VI: Empresa

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é empresa • Explicar a importância de empresas • Classificar as empresas tendo em conta: <ul style="list-style-type: none"> – ramo de actividade – dimensão – regime tributário • Explicar o que é o associativismo, suas vantagens e desvantagens • Explicar o que é cooperativismo, suas vantagens e desvantagens • Reconhecer a importância do associativismo e do cooperativismo para o desenvolvimento conjunto de negócios 	<p>A empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Empresa • Importância da empresa • Classificação de empresas • Associativismo, cooperativismo e sua importância 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância da empresa • Identifica oportunidades de estabelecimento de empresas com base nas diferentes formas de classificação • Reconhece a importância do associativismo para o desenvolvimento conjunto e harmonia social • Cultiva o espírito de associativismo e cooperativismo para desenvolvimento conjunto e projectos 	3 aulas

Sugestões Metodológicas

Sugere-se que o professor inicie esta unidade apresentando objectivos claros, os alunos devem compreender o conceito de empresa, sua função económica e social, distinguir tipos e classificações (por dimensão, sector e forma jurídica) e reconhecer associativismo e cooperativismo como



alternativas organizativas para a economia local.

Para otimizar o tempo de sala, sugere-se ao professor que disponibilize previamente microtextos ou vídeos curtos sobre os conceitos-chave e forneça templates digitais (ficha de observação, tabela de classificação, modelo FOFA e guia de plano de negócio). Em sala, adote Aprendizagem Baseada em Projectos, em grupos os alunos investigam uma organização real ou proponha uma estrutura para resolver um problema local, aplicando Design Thinking nas fases de empatia e definição, utilize role-plays para simular assembleias de cooperativa, reuniões de sócios e negociações com fornecedores. Sugere-se ao professor que promova visitas curtas a uma microempresa e a uma cooperativa com ficha de observação obrigatória (actividade, número de trabalhadores, modelo de receitas, principais desafios). Estructure as aulas com tarefas práticas e de curta duração: elaboração de uma definição própria de empresa e um parágrafo sobre sua importância; preenchimento de uma tabela de classificação para três organizações locais; aplicação rápida de FOFA; simulação de constituição de associação ou cooperativa com papéis definidos, e produção de um plano de negócio curto que recomende a forma organizativa mais adequada, justificando a escolha com evidências da visita e da análise.

Para avaliação, use uma rubrica simples que contemple compreensão teórica, aplicação prática, qualidade da análise FOFA, trabalho em equipa e comunicação, e implemente checkpoints formativos após a pesquisa de campo e após a prototipagem. Em turmas com pouca carga horária, combine flipped classroom com blocos práticos intensivos e foque em produtos essenciais apoiados por templates e entrevistas remotas. Finalmente, esclareça desde o início a distinção entre “negócio” (atividade económica) e “empresa” (forma de organização) e promova articulação interdisciplinares e contactos locais por exemplo incubadoras e espaços de apoio a jovens empreendedores para enriquecer visitas, mentorias e avaliações finais.



3º Trimestre

Unidade Temática VII: Seguros nos negócios

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • • Explicar o que é risco • Identificar tipos de riscos nos negócios • Descrever as formas de gestão de risco nos negócios • Explicar o que é seguro • Explicar a importância de seguro nos negócios • Descrever os tipos de seguros 	<p>Riscos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Risco • Tipos de riscos • Formas de gestão de risco <p>Seguros</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Seguros • Importância de seguro • Tipos de seguros 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância da gestão de riscos e de seguros • Busca formas de minimizar riscos no trabalho 	

Sugestões Metodológicas

Nesta unidade temática, sugere-se que o professor destaque que toda actividade acarreta riscos. Os riscos se forem altos podem resultar em ganhos altos ao mesmo tempo que podem ser fatais para o negócio. Riscos mínimos resultam em ganhos insignificantes. Recomenda-se que os alunos sejam incentivados a correrem riscos moderados, pois estes, podem ser geridos ou transferidos para seguradoras.

Os alunos podem assistir palestras ou realizarem entrevistas com agências seguradoras organizadas pelo colectivo de professores de Noções de Empreendedorismo da escola.

A unidade sobre riscos e seguros apresenta-se como um percurso prático e reflexivo sugere-se ao professor que ajude aos alunos a definir risco como qualquer evento que possa afetar os objetivos do negócio, identificar tipos comuns (operacionais, financeiros, de mercado, legais, ambientais e de reputação) e explicar que riscos elevados podem trazer ganhos maiores mas também pôr o negócio em perigo, enquanto riscos muito baixos



tendem a gerar retornos insignificantes, pelo que se recomenda assumir riscos moderados, geríveis ou transferíveis.

A unidade sobre riscos e seguros deve ter como objectivo fazer com que os alunos compreendam o conceito de risco, identifiquem tipos comuns, aprendam estratégias de gestão e reconheçam o papel dos seguros na proteção do negócio. Antes das aulas, sugere-se ao professor que disponibilize um resumo curto (texto ou vídeo) com definições e exemplos; em sala, privilegie metodologias ativas: estudos de caso locais para identificar riscos operacionais, financeiros, de mercado, legais, ambientais e de reputação; exercícios FOFA focados em riscos; e simulações de decisão em que os alunos escolhem entre aceitar, mitigar ou transferir um risco. Organize role-plays de negociação de apólices e, sempre que possível, convide representantes de seguradoras para palestras ou entrevistas, de modo a expor os alunos a produtos, custos e exigências documentais.

Estruture a sequência em cinco momentos:

1º introdução teórica breve e preparação prévia;

2º identificação e classificação de riscos por grupos;

3º análise FOFA e proposta de medidas de prevenção e mitigação;

4º simulação de transferência de risco (comparação de apólices e role-play de negociação);

5º síntese e apresentação final.

Como produtos de aprendizagem peça um relatório curto por grupo (três riscos prioritários, estratégia de gestão e apólice recomendada);

Avalie pela qualidade da análise, pertinência das medidas, justificativa da escolha de seguros e participação nas atividades. Para turmas com pouca carga horária, concentre-se em exercícios essenciais (ficha de risco, FOFA e one-page com recomendação de seguro) e substitua visitas presenciais por entrevistas remotas ou análise de cotações reais. Finalize orientando os alunos a verificar sempre custos e condições atualizadas junto de fontes oficiais antes de tomar decisões reais.



**Plano temático da Disciplina de
Noções de Empreendedorismo da
11ª classe**

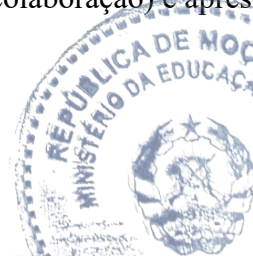


Unidade Temática I: Metodologia de trabalho de projecto para criação de empresa

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Compreender princípios do trabalho por projeto (foco no problema, iteração, colaboração) • Identificar as fases metodologia de projeto • Transformar a solução validada em proposta de valor e modelo de negócio básico • Elaborar plano operacional e financeiro resumido; • Identificar fontes e formas de financiamento 	<p>Metodologia de trabalho de projecto para criação de empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introdução à metodologia de trabalho de projeto • Fases da metodologia de projeto • Criação de empresa (ligada ao projecto) • Planificação da empresa • Fontes e formas de financiamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Apresenta um mapa das fases com entregáveis claros para cada etapa • Identifica fontes e formas de financiamento de uma empresa 	<p>6 aulas</p>

Sugestões metodológicas

Sugere-se ao professor orientar os alunos a aplicar a metodologia de projecto para conceber e transformar uma solução em empresa. Comece com material pré-aula curto (vídeo/texto) sobre princípios (foco no problema, interacção e colaboração) e apresente as fases essenciais: definição do



problema, investigação/empatia, idealização, teste e implementação, pedindo entregáveis curtos em cada etapa (mapa do problema, resumo de entrevistas, protótipo, feedback). Em equipa, os alunos convertem a solução validada numa criação de empresa definindo proposta de valor, público-alvo, oferta, canais e parceiros, e elaboram uma planificação operacional e financeira simples. Introduza fontes de financiamento práticas (autofinanciamento, microcrédito, programas de apoio, investidores locais) e peça um pedido de financiamento de uma página com montante, uso e projeções básicas.

Unidade Temática II: Comunicação empresarial

Objectivos Específicos: O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é comunicação • Reconhecer a importância da comunicação eficaz nos negócios • Escrever cartas comerciais • Apresentar diferentes formas de comunicação visual • Descrever as regras básicas para sucesso na negociação 	<p>Comunicação empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Comunicação • Tipos de comunicação • Importância da comunicação eficaz nos negócios • Cartas comerciais • Informação visual • Negociação 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância da comunicação eficaz para o sucesso no seu trabalho; • Busca diferentes formas de comunicação para comunicar de forma eficaz nos negócios 	7 aulas

Sugestões metodológicas

Sugere-se começar por disponibilizar, em formato pré-aula, microtextos ou vídeos curtos que expliquem o conceito de comunicação e os tipos de comunicação (verbal, não verbal, escrita, visual e digital), libertando o tempo de sala para atividades práticas.

Os alunos sob orientação do professor elaboram cartas e memorandos comerciais, também podem organizar “role-play” (dramatização) sobre a venda de um produto ou sobre a negociação de uma dívida e pedido de um empréstimo de valor.

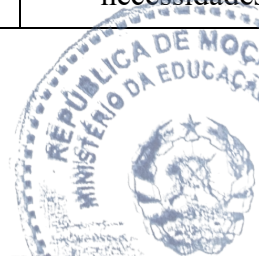


Em aula, peça aos alunos que identifiquem exemplos locais de cada tipo e discutam em pares como a forma escolhida altera a mensagem; use estudos de caso e role-plays para demonstrar a importância da comunicação eficaz nos negócios (atendimento ao cliente, reuniões internas, apresentações comerciais), gravando as simulações para autoavaliação e feedback estruturado. Para cartas comerciais, combine explicação do formato e tom com oficinas de reescrita e produção: análise de modelos reais, elaboração de pedidos, reclamações e propostas, correção por pares e submissão eletrônica. No domínio da informação visual, ensine princípios básicos de design (hierarquia, legibilidade, cores, ícones) e proponha tarefas curtas de criação de folheto, cartaz ou slide de venda usando ferramentas como Canva ou Google Slides, avaliando coerência visual e adequação ao público. Para negociação, prepare os alunos com exercícios de planeamento (objetivos, argumentos e concessões) e promova simulações com papéis definidos (vendedor, comprador, mediador), seguidas de debriefing focado em estratégias e resultados. Integre as TIC ao longo do processo como formulários online para autoavaliação, editores colaborativos para cartas, plataformas de videoconferência para simulações remotas e portfólios digitais para reunir produtos. Avalie com rubricas simples que considerem clareza, adequação ao público, uso apropriado de canais, qualidade das cartas, eficácia visual e desempenho nas negociações; como produto final peça um portfólio digital contendo uma carta comercial, um material visual, a gravação de uma negociação e uma breve reflexão sobre a evolução das competências comunicativas. Os alunos podem também exercitar desenho de informação visual, tais como nome do estabelecimento, lista de preços, sinais de segurança e cartazes publicitários. Sugere-se também que o professor procure explorar actividades conjuntas e a inter ajuda com os professores de Desenho e Geometria descritiva e Artes Visuais na produção de informação visual e publicitária.



Unidade Temática III: Identificação de oportunidades

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar oportunidades de projectos com base em: <ul style="list-style-type: none"> - situação geográfica - adição de valor de bens e serviços - Cadeia de valor de bens e serviços • Descrever o potencial de oportunidades existentes no âmbito de: <ul style="list-style-type: none"> - Integração na SADC - Acordos com União Europeia e outros mercados - Outros contextos sócios económicos em mercados externos 	<p>Identificação de oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificação de oportunidades com base na situação geográfica • Identificação de oportunidades com base na adição de valor de bens e serviços • Identificação de oportunidades na cadeia de valor de bens e serviço • Oportunidades além-fronteiras • Projecto e feira escolar • Análise FOFA 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstra capacidade de observação de oportunidades de projectos no meio sócio económico local • Identifica oportunidades de projectos com base no ambiente sócio económico nacional e/ou internacional procurando agregar valor nos produtos e serviços nacionais • Explora a diversidade, complexidade e a mudança produzindo bens e serviços que satisfazem as necessidades da sociedade 	<p>7 aulas</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar a Análise FOFA para selecção de oportunidades; • Identificar oportunidades de projectos escolares; • Participar em feiras escolares 			
---	--	--	--

Sugestões Metodológicas

Nesta unidade temática propõe-se que o professor aprofunde as fontes de ideias para identificação de oportunidades de projectos tomando como pontos de partida:

- 1º As fronteiras geográficas que pode ser um bairro, cidade, localidade, distrito ou área maior
- 2º A adição de valor sobre produtos e serviços existentes
- 3º A cadeia de valor

O professor pode explicar o significado de adição e cadeia de valor com exemplos de produtos ou serviços existentes na região.

Como actividades práticas, os alunos:

- a) Dão uma volta pela localidade, vila ou cidade para fazerem um estudo em grupos, de oportunidades que deve compreender:
 - Levantamento da actividade empresarial na localidade, vila ou cidade
 - Avaliação do mercado potencial
 - Levantamento dos recursos naturais localmente disponíveis
 - Levantamento dos tipos e qualificações da força de trabalho disponível
 - Listagem das inúmeras oportunidades de negócios no local
 - Apresentação dos estudos e discussão na turma
- b) A partir de exemplos de produto ou serviços identificados, alistem as oportunidades de negócios com base na adição de valor
- c) Alistam os principais produtos ou serviços na região, cidade, localidade ou comunidade e identificar possíveis intervenientes ou transformações na cadeia de valor. Em seguida listarem possíveis oportunidades de negócios na região com base na cadeia de valor.



Os alunos participam em círculos de interesse, palestra e realizam entrevistas sobre oportunidades de negócios face a integração regional (SADC) e ao contexto socio económico nacional e internacional. Professores de geografia, técnicos de instituições governamentais locais, empresários podem ser convidados para transmitir seus conhecimentos e experiências ou consultados , através de entrevistas.

Os alunos das diferentes turmas juntam-se e organizam uma feira ou exposição sobre oportunidades de negócio na região, localidade ou cidade com assistência do colectivo de professores de NE.

Sugere-se também que o professor explore a possibilidade de articulação e participação conjuntas nas feiras escolares com as disciplinas de:

- Agropecuária, para exposição de produtos agropecuários.
- Educação física, para realização de jogos de competição em danças e modalidades desportivas durante a feira.
- Artes Cénicas, para apresentação de encenações e outras manifestações culturais.
- Artes visuais, para representação gráfica nas exposições.

Além disso, sugere-se também que o professor explore a possibilidade de articulação, inter ajuda e desenvolvimento de actividades conjunta com professores de outras disciplinas na identificação de oportunidades de projectos. Por exemplo:

- Na Agropecuária, pode-se identificar uma variedade de projectos, tais como:
 - a) Projectos de produção de hortícolas, cereais e tuberculos;
 - b) Projectos de produção de cana, girassol e tabaco;
 - c) projectos de criação de bovinos;
 - d) projectos de criação de ovinos;
 - e) projectos de criação de abelhas e peixes.

Os professores devem procurar o envolvimento do maior número de disciplinas incluindo diferentes especialidades do ensino técnico profissional.



Unidade Temática IV: Gestão de produção

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Classificar os tipos de produção em função da quantidade de unidades produzidas • Descrever as fases de ciclo de produção; • Dimensionar processos de produção de pequenas empresas • Organizar processos de produção de pequenas empresas • Explicar os princípios gerais de desenho de um produto ou serviço • Explicar o que é qualidade • Explicar a importância da criação de uma marca e seu registo • Explicar as relações entre qualidade e mercado e qualidade e gestão de produção 	<p>Gestão da produção:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de produção • Ciclo de produção • Organização e dimensionamento de processo de produção • Desenho de produto • Qualidade • Marca • Embalagem • Gestão de stock 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância da gestão da produção • Dimensiona processo de produção de pequena empresa • Desenha produtos com adição de valor • Estabelece o controlo de qualidade de pequenas empresas • Reconhece a importância da embalagem de produtos como elemento de protecção, qualidade e de marketing • Organiza processos de produção de pequenas empresas com uso de tecnologias apropriadas • Gere processo de produção de pequenas empresas 	<p>5 aulas</p>



<ul style="list-style-type: none"> • Indicar as funções gerais de gestão de qualidade • Reconhecer a importância de embalagem de produtos • Descrever os seus princípios de embalagem de produtos de pequenas empresas • Descrever os diferentes métodos de aprovisionamento • Reconhecer a importância do diagrama ABC na gestão de stock; • Construir o diagrama ABC 		<ul style="list-style-type: none"> • Aplica o Diagrama ABC no aprovisionamento e gestão de stocks 	
--	--	--	--

Sugestões Metodológicas

O professor pode introduzir esta unidade temática com perguntas de revisão sobre conceito de processo de produção. Posteriormente o professor pode apresentar o esquema de fluxo de processo de produção e explicar as suas etapas.

Sugere-se que o professor represente num quadro e descreva as diferentes fases do ciclo de produção e explique com exemplos a classificação de tipos de produção de acordo com o número de unidades produzidas, o dimensionamento e organização de um processo de produção.

Como actividades, os alunos podem:

- Dimensionarem um processo de produção e desenharem o lay outs duma pequena unidade por ex. fabrico de blocos ou tijolos, maheu, centro de cópias, cabeleireiro.
- Praticarem a organização do local de trabalho (lay out) nas suas salas, na cantina escolar, biblioteca, no jogo de empresas e no projecto escolar.
- Visitarem uma empresa ou oficina, cantina, salão, para observarem o processo produtivo.
- A partir de exemplos, desenharem produtos, conceberem embalagens e construir o diagrama ABC.



Unidade Temática V: Produção mais limpa

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é o Meio ambiente • Explicar a relação entre a actividade humana e os seguintes problemas ambientais: <ul style="list-style-type: none"> – Efeito de estufa – Camada de Ozono – Desmatamento – Poluição • Identificar os tipos de efluentes de processos de produção • Explicar o que é produção mais limpa • Reconhecer a importância da produção mais limpa • Descrever os princípios da produção mais limpa 	<p>Produção mais limpa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O Meio ambiente e os problemas globais • Efluentes de processos de produção • Princípios gerais da produção mais limpa 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância da produção mais limpa para o desenvolvimento sustentável; • Dimensiona processos de produção de pequenas empresas observando os princípios de produção mais limpa • Organiza processos de produção de pequenas empresas observando os princípios de produção mais limpa • Usa recursos naturais energéticos e materiais de forma sustentável preservando o meio ambiente. 	5 horas



Sugestões Metodológicas

Os alunos debatem sobre como as actividades do dia a dia das pessoas, das instituições, dos projectos e das empresas afectam negativamente o meio ambiente (poluição do ar, da água e do solo, efeito estufa, camada de ozono, desflorestamento, alterações climáticas, etc).

Os alunos deverão visitar locais que sofrem efeitos ambientais (erosão, seca, desflorestamento, etc) e depois produzirem relatórios contendo constatações e propostas para minimizar os impactos negativos.

Os alunos realizam actividade de preservação do meio ambiente e praticam a produção mais limpa na sala de aula, escola, projecto escolar, em casa e em outros locais e devem narrar suas experiências na turma.

Sugere-se que o professor procure explorar a interdisciplinaridade, realizando actividades conjuntas com as disciplinas de geografia, biologia, agropecuária, na abordagem dos diferentes temas de produção mais limpa.



3º Trimestre

Unidade Temática IV: Gestão de marketing

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é segmento de mercado • Descrever os factores a considerar na segmentação de mercado • Explicar o que é Marketing mix • Descrever os elementos do Marketing mix • Descrever as técnicas de venda, distribuição e promoção de bens e serviços • Descrever as qualidades dum bom vendedor • Aplicar os princípios de marketing no projecto e feira escolar • Elaborar um plano de Marketing 	<p>Gestão de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segmentação de mercado • Marketing mix • Técnicas de venda, distribuição e promoção de bens e serviços • Arte de Vender • Plano de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância do marketing para o sucesso empresarial • Procura técnicas de marketing para atrair os consumidores e aumentar as vendas • Enfrenta a concorrência na base da diferenciação, qualidade e adição de valor de seus produtos. • Elabora um plano de marketing para uma pequena empresa. 	<p style="text-align: center;">12 aulas</p>

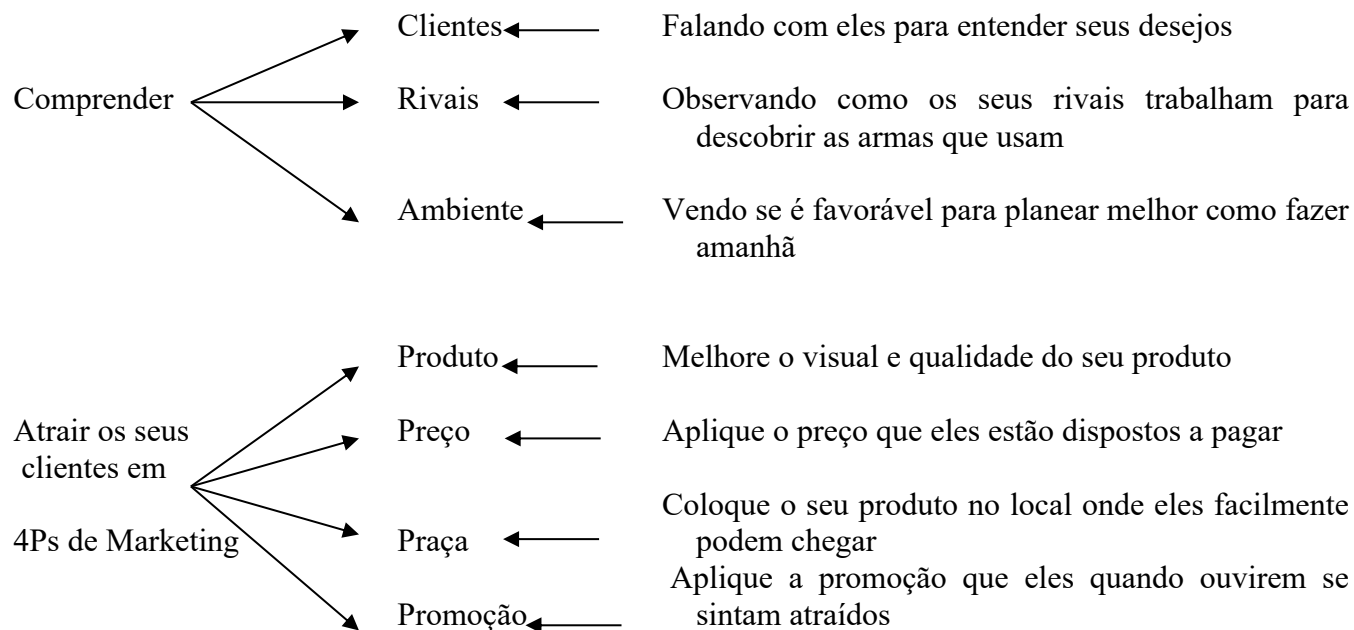
Sugestões Metodológicas

O professor pode iniciar com perguntas para os alunos sobre o que é o Marketing. O professor pode narrar a história do surgimento e evolução de Marketing. Posteriormente o professor pode explicar com exemplos a segmentação de mercado e o marketing Mix.

O marketing mix é o conjunto de ferramentas que a empresa controla para posicionar e vender um produto ou serviço; comece pelos 4Ps



(Produto, Preço, Praça e Promoção). O professor pode recorrer o seguinte esquema para demonstrar como o empreendedor recolhe dados e informação para produzir o plano de marketing, com base nos 4Ps:



Para consolidação dos princípios de Marketing, os alunos podem realizar os seguintes exercícios práticos:

- 1) A partir de um exemplo de produto ou serviço seleccionado, os alunos exercitam em grupo a elaboração de circuito de distribuição, apresentam os trabalhos e discutem.
- 2) Os alunos produzem publicidades usando cartazes, anúncios, folhetos, musica, rádio, e TV;
- 2) Os alunos fazem uma encenação duma venda personalizada ou do papel de um bom vendedor;



- 3) Os alunos praticam a negociação e promoção no projecto e na feira escolar bem como no jogos de empresas;
- 4) Os alunos visitam e/ou expõem seus produtos e serviços nas feiras comerciais na sua localidade, cidade ou comunidade (exemplo FACIM, feiras agrícolas);

Na organização e realização das feiras escolares, sugere-se que o professor explore a possibilidade de envolvimento de outras disciplinas como

Agropecuária, Educação Física, Artes Cénicas, Desenho e Geometria Descritiva, TIC, Português, Física, Matemática e entre outras.



Plano Temático da Disciplina Noções de empreendedorismo da 12^a classe



Unidade Temática I: Oportunidade de carreiras e emprego

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar diferentes opções de carreiras profissionais disponíveis e em perspectiva • Avaliar as suas potencialidades e relaciona-las com possíveis carreiras a seguir • Identificar possíveis oportunidades no mercado de emprego e relaciona-las com as carreiras profissionais existentes • Descrever as vantagens e desvantagens do empresariado • Descrever os benefícios do associativismo e do cooperativismo. 	<p>Oportunidade de carreiras e emprego</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades de carreiras profissionais • Mercado de emprego • O empresariado <ul style="list-style-type: none"> - Associativismo - Cooperativismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Valoriza os diferentes tipos de carreiras profissionais e de trabalho independentemente da natureza do trabalho a elas associado • Segue carreiras que correspondem as suas potencialidades; • Cultiva o espírito de associativismo e do cooperativismo para desenvolvimento conjunto 	<p>3 aulas</p>



Sugestões Metodológicas

O professor pode introduzir esta unidade temática começando por fazer um levantamento sobre as preferências dos estudantes em relação as carreiras profissionais e de emprego. É importante que o professor destaque a importância de escolher e seguir carreiras profissionais de acordo com as suas aspirações e que correspondam as suas potencialidades.

Na leccionação desta unidade temática, sob-orientação do professor, os alunos podem:

- Realizar uma pesquisa de oportunidades de carreiras profissionais e ofertas no mercado de emprego para apresentarem e discutirem na turma,
- Avaliar e escolher possíveis carreiras profissionais que queiram seguir com base nas suas potencialidades e nas ofertas no mercado de emprego.

Para medir a sensibilidade dos alunos em relação ao empresariado, o professor pode moderar um debate em plenária sobre vantagens e a desvantagens do empresariado no contexto sócio-económico actual e futura nacional e internacional.

Os alunos poderão participar em círculos de interesse, palestras sobre o empresariado, o associativismo e o cooperativismo, no contexto sócio económico nacional e internacional, onde são convidados empresários, representantes de associações e autoridades locais.

Unidade Temática II: Plano empresarial

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none">• Explicar o que é plano empresarial• Reconhecer a importância de plano empresarial• Distinguir elementos de capital fixo dos elementos de capital circulante• Determinar capital fixo, circulante e custo de projecto de pequenas empresas	Plano empresarial <ul style="list-style-type: none">• Conceito de Plano empresarial• Importância de plano empresarial• Capital fixo• Capital circulante• Custo de projecto• Indicadores de viabilidade	<ul style="list-style-type: none">• Reconhece a importância da elaboração do plano empresarial antes de realizar quaisquer investimentos• Distingue o capital fixo do circulante de uma pequena empresa• Calcula o custo de projecto de uma pequena empresa	6 aulas



<ul style="list-style-type: none"> • Determinar o lucro e o valor actual líquido de pequenas empresas • Elaborar um projecto empresarial de pequenas empresas • Elaborar plano empresarial de projecto escolar 		<ul style="list-style-type: none"> • Avalia indicadores de viabilidade de pequena empresa • Elabora plano empresarial antes de efectuar quaisquer investimentos e avalia os indicadores básicos de viabilidade 	
---	--	--	--

Sugestões Metodológicas

O professor pode reforçar as suas demonstrações com um simples exemplo como iniciar um negócio de venda de amendoim torrado. Neste exemplo, os alunos podem facilmente distinguir os elementos do capital fixo e circulante e determinarem o custo de projecto. Para que os alunos entendam e saibam determinar o capital fixo, circulante e custo de projecto, o professor pode recorrer a explicações e demonstrações com base na Metodologia GERIR .

O professor pode reforçar as suas demonstrações com um simples exemplo de como iniciar um negócio de venda de amendoim torrado. Neste exemplo, os alunos podem facilmente distinguir os elementos do capital fixo e capital circulante e determinarem o custo do projecto.

Sugere-se que antes de passar para a actividade prática de elaboração de plano empresarial, o professor avalie o nível de preparação dos alunos para efectuar as 4 operações básicas com números naturais e decimais e cálculo de percentagens.

O professor apresenta e explica a estrutura organizacional do plano empresarial.

Os planos empresariais podem ser individuais ou em grupos e a apresentação e defesa deve ser assistida por um júri constituído pelo professor e convidados.

Muitas das vezes os alunos apresentam planos empresariais demasiados ambiciosos e impraticáveis, que requerem valores avultados, confiando em créditos. Sugere-se que o professor destaque os inconvenientes de projectos que requerem recursos enormes, relacionando-os com as fontes e formas de mobilização de financiamento. O professor deve incentivar projectos com baixo nível de investimento, quando comparado com as capacidades do seu proponente e destacar as vantagens e desvantagens do recurso à créditos.



Unidade Temática III: Processo de legalização duma empresa

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none">• Explicar a importância do exercício da actividade económica de forma legal.• Descrever os procedimentos e requisitos para a criação duma empresa	Processo de legalização duma empresa <ul style="list-style-type: none">• Reserva de nome• Registo comercial• Registo fiscal (NUIT)• Licenciamento de actividade	<ul style="list-style-type: none">• Reconhece a importância do exercício de actividade económica de forma legal• Observa os procedimentos e requisitos legais no estabelecimento e exploração duma empresa	4 aulas

Sugestão metodológica

Para o processo de legalização de empresas sugere-se ao professor que disponibilize antes da aula um resumo curto (vídeo/texto) sobre etapas e Documentos.

Em sala sugere-se que forme equipas ou grupos que criem uma empresa fictícia e sigam, na prática, as etapas de **reserva de nome, registo comercial, pedido de NUIT e licenciamento**. Use simulações e role-play para preencher formulários e atender balcões, forneça checklists e modelos de formulários para preencher em pares, e exija um modelo(dossiê) simulado com todos os documentos, estimativa de custos e cronograma. Sempre que possível, organize uma visita ou entrevista a técnicos da conservatória ou da autoridade tributária para recolher informações atualizadas. Avalie por rubrica considerando completude documental, precisão no preenchimento, compreensão de prazos/custos e comunicação; inclua dois checkpoints formativos para corrigir erros antes da entrega final. Visto que a carga horária é curta, concentre-se nas etapas essenciais (reserva de nome, NUIT e checklist de licenciamento) e substitua visitas por entrevistas remotas ou análise de guias oficiais sempre que for necessário.



2º Trimestre

Unidade Temática IV: Introdução a gestão financeira

Objectivos Específicos: <i>O aluno deve ser capaz de:</i>	Conteúdos:	Resultados de aprendizagem	Carga Horária
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar o que é gestão financeira • Reconhecer a importância de gestão financeira • Descrever as funções de gestão financeira • Descrever os principais tipos de contas; • Descrever os diferentes tipos de livros de registo • Efectuar registos de custos e vendas e movimentos de caixa e stocks • Identificar os principais documentos contabilísticos • Determinar lucros de pequenas empresas • Determinar lucro e valor actual líquido de pequenas empresas • Elaborar o orçamento de pequena empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceito de Gestão financeira • Importância de Tipos de contas • Tipos de registos • Livros de registos • Principais documentos. Contabilísticos • Indicadores de viabilidade • Orçamentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância da gestão financeira para o sucesso empresarial • Elabora orçamentos para funcionamento de uma pequena empresa • Organiza um sistema de registos básicos • Determina lucro/prejuízo para pequena empresa • Avalia os indicadores de viabilidade de pequenas empresas. 	4 aulas

Sugestões Metodológicas

Antes da introdução desta unidade temática, o professor deve avaliar o nível dos alunos em relação a cálculo com as 4 operações básicas com



números naturais e decimais e cálculo de percentagens

Sugere-se que o professor apresente e explique com destaque a importância da gestão financeira, os principais tipos e livros de conta e documentos contabilísticos.

Professor pode apoiar-se de técnicos de contas de empresas, professores de contabilidades das escolas técnicas e outras pessoas na abordagem de matérias que ainda não tiver total domínio.

Como actividades, sob-orientação do professor, os alunos podem:

- Realizar e apresentar vários exercícios de escrituração usando partida simples e dobrada,
- Praticar a organização da contabilidade de empresa que deverá compreender:
 - Registos nos livros de contas
 - Balancete
 - Conta de lucros e perdas
 - Balanço
 - Fluxo de caixa
 - Cálculo de lucro
- Visitar o sector de contabilidade duma pequena empresa ou da escola para observar o sistema contabilísticos usado.



Unidade Temática V: Gestão de recursos humanos

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer a importância de recursos humanos o sucesso da empresa • Identificar os principais regulamentos em vigor da legislação laboral • Descrever os direitos e as obrigações básicas da empresa para com os empregados e vice-versa • Identificar os principais factores que determinam a motivação de recursos humanos no local de trabalho • Descrever os principais elementos para avaliação de desempenho • Identificar as diferentes formas para minimizar o impacto negativo do HIV&SIDA no local de trabalho • Identificar as formas para desenvolver boas relações interpessoais ao nível interno e externo da empresa 	<p>Gestão de recursos humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importância de gestão de recursos humanos • Legislação laboral • Políticas da empresa gestão de recursos humanos • Motivação de recursos humanos • Avaliação de desempenho • Gestão de risco de HIV/SIDA • Relações públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância dos recursos humanos para o sucesso empresarial • Promove acções que visam maximizar o desempenho de recursos humanos com observância da legislação laboral • Promove acções que visam minimizar o impacto negativo do HIV&SIDA no local de trabalho 	<p>5 aulas</p>

Sugestões Metodológicas



Sob-orientação do professor, os alunos debatem qual é a importância e desafios de recursos humanos para o aumento da produção e produtividade da empresa.

Os alunos podem realizar um trabalho de pesquisa sobre legislação laboral, e o resultado deve ser apresentado e discutido na turma

A partir dum exemplo do projecto empresarial, os alunos divididos em grupos preparam um plano de recrutamento e gestão de pessoal que compreenda:

- As necessidades em pessoal e estrutura orgânica,
- descrição de tarefas para cada cargo,
- níveis salariais de pessoal,
- método de recrutamento mecanismos de motivação e
- sistema de avaliação de desempenho.

Os alunos assistem palestras sobre gestão do risco de HIV no local de trabalho onde participam alunos, professores, outros trabalhadores da escola e activistas de HIV/SIDA.

Alunos preparam propostas de planos de gestão de HIV/SIDA para a escola, que devem ser apresentados e discutidos na turma.

Os alunos realizam uma encenação sobre a importância do desenvolvimento de boas relações públicas no local trabalho ou empresa.



Unidade Temática VI: Ética empresarial

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Descrever os benefícios da empresa do uso da ética empresarial para o sucesso nos negócios e harmonia social 	<p>Ética empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relação com clientes • Relação com a concorrência • Relação com governo • Relação com comunidade a redor • Relação com os empregados 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstra honestidade, cortesia, jovialidade e responsabilidade com os seus clientes • Demonstra educação e respeito com seus empregados • Procura criar condições de trabalho apropriadas, com justiça e segurança com os seus empregados • Preserva o meio ambiente contribuindo para o bem estar individual e colectiva; • Contribui com ideias, trabalho ou outras formas para criação de condições que beneficiam pessoas com necessidades especiais, idosos e crianças • Cumpre com a legislação no exercício de actividade económica • Divulga os princípios da ética empresarial para o sucesso empresarial 	<p>3 aulas</p>



		<ul style="list-style-type: none"> • Aplica os princípios da ética empresarial assegurando a estabilidade e sucesso do negócio e promovendo a harmonia social 	
--	--	--	--

Sugestões Metodológicas

Sugere-se ao professor que use material que permita o aluno trabalhar mesmo na sua ausência como uma pré-aula curto (texto/vídeo) e dedique o tempo de sala a actividades práticas em grupos aplicadas a um negócio real ou fictício. Trabalhe cada relação com entregáveis práticos como mapa da jornada do cliente, análise da concorrência com proposta de diferenciação, checklist de requisitos legais e mapa de stakeholders governamentais, plano de envolvimento comunitário, plano de gestão de pessoas (funções, cultura, comunicação).

Sugere também que o professor use estudos de caso locais, entrevistas remotas com clientes/autoridades, role-plays (atendimento, negociação, reunião com autoridades, mediação comunitária), oficinas de co-design e uso de templates (CRM simples, matriz SWOT, RACI, indicadores de satisfação). Avalie por checkpoints formativos (após pesquisa de clientes e após prototipagem) e por uma rubrica que considere investigação, viabilidade, conformidade legal, impacto comunitário e coerência do plano de RH. Foque em mapa da jornada do cliente e plano de gestão de pessoas, usando templates e entrevistas remotas. Os alunos sob orientação do professor debatem sobre a importância e benefícios da ética empresarial para o sucesso de negócios na sua comunidade e com vista a expansão para fora da sua comunidade. realise pequenas actividades desafiadoras que permitam aos alunos descobrir que a ética empresarial está a ser ou não aplicada na localidade em que estão inseridos. Oriente os enumerarem normas e comportamentos empresariais na sua localidade relativamente a clientes, empresários, sociedade e governo.



3º Trimestre

Unidade Temática VII: Uso de TIC nas empresas

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none">• Explicar o que são as TIC• Reconhecer a importância das TIC para pequenas empresas• Usar TIC para:<ul style="list-style-type: none">– Comunicação e pesquisa– Registo e banco de dados– Planificação	<ul style="list-style-type: none">• Conceito de TIC• Importância de TIC nas empresas• TIC como meios de comunicação• TIC como instrumentos de registo e banco de dados• TIC como instrumento de planificação	<ul style="list-style-type: none">• Reconhece a importância das TIC no desenvolvimento de actividades pessoais e institucionais.• Usa as TIC nos sistemas de produção para maximizar o proveito das empresas	7 aulas

Sugestões Metodológicas

O professor pode começar por perguntar aos alunos o que são as TIC. Nas respostas, os alunos devem dar exemplos sobre onde se podem encontrar e para que servem.

Sugere-se que os alunos realizem vários trabalhos que requerem a utilização das TIC tais como pesquisa de preços, troca de correspondência, registo de informação, elaboração de relatórios, produção de publicidade e outras.

Os alunos podem desenvolver um tema ou escrever um artigo que fala sobre o contributo das TIC para o sucesso das empresas.

Com orientação do professor os alunos podem identificar uma forma inovadora de uso de TIC que melhore as vendas numa empresa ou produto, que facilite a disseminação de dados e informação, que apoie no processo de tomada de decisão ou outras inovações.

Sugere-se que o processo explore a possibilidade de interajuda, desenvolvimento de actividades conjuntas com a disciplina de TIC.



Unidade temática VIII: Legislação e serviços de legalização e de apoio para as empresas

Objectivos específicos O aluno deve ser capaz de:	Conteúdos	Resultados de aprendizagem O aluno:	CH
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar a principal legislação que regula o exercício de actividade económica • Identificar as diferentes instituições que prestam serviços de legalização e apoio para empresas • Descrever a organização e composição do sistema financeiro em Moçambique • Identificar os serviços básicos prestados pelas instituições de crédito e sociedades financeiras • Identificar as vantagens e desvantagens de créditos • Identificar os benefícios de seguros e responsabilidades inerentes à sua adesão 	<p>Serviços de legalização e apoio para empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legislação sobre actividade económica • Instituições de legalização de empresas • Instituições de apoio às empresas <p>Sistema financeiro em Moçambique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organização e composição do sistema financeiro em Moçambique; • Serviços básicos prestados pelas instituições de crédito e sociedades financeiras; • Vantagens e desvantagens de créditos • Benefícios de seguros e responsabilidades inerentes à sua adesão 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece a importância da observação da legislação na legalização e exploração de actividade empresarial • Observa a legislação na legalização e exercício de actividade empresarial cumprindo todas formalidades e pagando os impostos e as taxas devidas. • Recorre às instituições que prestam serviços de apoio às empresas • Usa os serviços das instituições de crédito e sociedades financeiras • Demonstra responsabilidade no uso do dinheiro alheio 	<p style="text-align: center;">5 aulas</p>



Sugestões Metodológicas

Sugere-se que os alunos visitem diferentes instituições de apoio empresarial tais como associações empresariais, câmara de comércio e de indústria, serviços públicos de fornecimento de água, luz, telefonia móvel, transportes públicos e privados como CFM E MetroBus, bancos ou instituições de crédito(microcrédito), conservatório, registos, administração pública , finanças, indústria e agricultura.

Sugere-se que sob-orientação do professor, os alunos realizem um levantamento de instituições de legalização e apoio para empresas na sua região, tipo de apoio ou assistência que prestam e requisitos ou condições para ter seu acesso. Os trabalhos devem ser apresentados e discutidos na turma.

Sugere-se também, que os alunos sob-orientação do professor:

- busquem e apresentem resumo de um regulamento ou decreto que seja relevante para o exercício de actividade económica na região,
- busquem e preencham modelos de registo e licenciamento de empresas, registo de NUIT, abertura de conta e outros
- realizem um inquérito ou entrevista com empresários ou pessoas que tenham beneficiado de crédito para recolher suas opiniões sobre as vantagens e desvantagens.

Sugere-se que o professor articule com seu colega de Agropecuária no que respeita a legislação sobre o uso e aproveitamento de terra em Moçambique.



Avaliação

A avaliação no seio da actividade de aprendizagem é uma necessidade, tanto para o professor, assim como para o aluno. A avaliação permite ao professor adquirir dados que o tornem capaz de situar, de modo mais correcto e eficaz possível, a acção de guia do aluno, isto é, permite ao professor definir o nível e o tipo de ensino adequados. Ao aluno a avaliação permite verificar em que aspectos ele deve melhorar, durante o processo de aprendizagem.

Para desenvolver competências, é preciso trabalhar por resolução de problemas e por projectos, propor tarefas e desafios que incitem os alunos a mobilizar seus conhecimentos, habilidades e valores. A avaliação em Noções de Empreendedorismo deve ser parte integrante do processo de ensino-aprendizagem, orientada para o desenvolvimento de competências, iniciativa, criatividade, planeamento, comunicação, análise de oportunidades, ética e trabalho em equipa e não apenas para a memorização de conteúdos. Deve ser essencialmente formativa, sumativa e contínua, oferecendo ao professor dados para ajustar a orientação pedagógica e ao aluno informação clara sobre onde melhorar, por isso, a avaliação deve criar oportunidades de aprendizagem, promover a reflexão do aluno sobre o seu progresso e permitir intervenções do professor (observação, questionamento, feedback) que estimulem atitudes pró-activas.

Sugere-se o uso de instrumentos variados e contextualizados: portfólios digitais curtos com evidências (planos, FOFA, registos de entrevistas, fotos de protótipos), one-page reflexivos com três competências prioritárias, testes de perfil e autodiagnósticos, projectos e mini-projectos de pequena escala, role-plays de venda/negociação, estudos de caso sobre empreendedores locais e relatórios de síntese, observação directa com checklists durante oficinas e avaliação por pares e autoavaliação para desenvolver a crítica construtiva. As rubricas devem ser claras e partilhadas antecipadamente, com critérios que contemplem compreensão conceptual, aplicação prática, competências pessoais (iniciativa, persistência, comunicação, trabalho em equipa), impacto e sustentabilidade (inclusão, ambiente e responsabilidade social) e participação e reflexão.

Bibliografia

- Castel-Branco, C. N., & Siúta, M. (Orgs.). (2022). *Desafios para Moçambique 2022*. IESE.
- Dornelas, J. C. A. (2018). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios* (6.^a ed.). Elsevier.
- Dornelas, J. C. A., & Silva, A. (2020). *Empreendedorismo social e inovação* (1.^a ed.). Edições Sílabo.
- Forquilha, S. (Org.). (2020). *Desafios para Moçambique 2020*. IESE.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). *Empreendedorismo* (edição em português). McGraw-Hill Education.
- Kuratko, D. F. (2016). *Empreendedorismo: Teoria, processo e prática* (edição em português). Cengage Learning.
- Ministério da Educação e Desenvolvimento Humano (Moçambique). (2023). *Empreendedorismo – Módulo do 1.º Ciclo* [Material curricular]. Ministério da Educação e Desenvolvimento Humano.
- Moreira, C. V. (2021). *Empreendedorismo em Moçambique* (Monografia). Universidade Politécnica de Moçambique.
- Niámale, M. A. (2023). *Empreendedorismo universitário: Estudo de caso em Moçambique*. IOLE Editora.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation: Inovação em modelos de negócio* (edição em português). Alta Books.
- Ries, E. (2012). *A startup enxuta: Como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas de sucesso* (trad. pt.). Alta Books

Maputo, Fevereiro de 2026

