

NCE/21/2100271 — Apresentação do pedido corrigido - Novo ciclo de estudos

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

1.1.a. Outras Instituições de Ensino Superior (em associação) (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

1.1.b. Outras Instituições de Ensino Superior (estrangeiras, em associação) (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

<sem resposta>

1.1.c. Outras Instituições (em cooperação) (Lei n.º 62/2007, de 10 de setembro ou Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto):

<sem resposta>

1.2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

1.2.a. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação). (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

1.2.b. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação com IES estrangeiras). (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

<sem resposta>

1.2.c. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, empresas, etc.) (proposta em cooperação). (Lei n.º 62/2007, de 10 de setembro ou Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto):

<sem resposta>

1.3. Designação do ciclo de estudos:

Gestão de Negócios

1.3. Study programme:

Business Management

1.4. Grau:

Licenciado

1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Gestão

1.5. Main scientific area of the study programme:

Management

1.6.1 Classificação CNAEF – primeira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos):

345

1.6.2 Classificação CNAEF – segunda área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

342

1.6.3 Classificação CNAEF – terceira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

<sem resposta>

1.7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

180

1.8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL n.º 74/2006, com a redação do DL n.º 65/2018):

3 anos / 6 semestres

1.8. Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018):

3 years / 6 semesters

1.9. Número máximo de admissões proposto:

100

1.10. Condições específicas de ingresso (art.º 3 DL-74/2006, na redação dada pelo DL-65/2018).

Podem candidatar-se ao ciclo de estudos:

-Os titulares de um curso de ensino secundário ou equivalente, que façam prova de capacidade, através:

**Da realização das provas específicas de ingresso ou homologas; ou*

**Das provas internas de avaliação dos conhecimentos e competências consideradas indispensáveis ao ingresso;*

-Os que tenham sido aprovados:

**Nas provas destinadas aos maiores de 23 anos; ou*

**Nas provas de avaliação de conhecimentos e competências para titulares dos cursos de dupla certificação do ensino secundário e cursos artísticos especializados; ou*

**Os estudantes internacionais que cumpram as condições do art.4.º do Regulamento de Ingresso Estudante Internacional.*

1.10. Specific entry requirements (article 3, DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018).

The following may apply for the study cycle:

-The holders of a secondary education course or equivalent, who prove their ability, through:

** The performance of specific entry or homologous tests; or*

** Internal tests to assess the knowledge and skills considered indispensable for admission;*

-The ones that have been approved:

** In tests aimed at those over 23; or*

** In knowledge and skills assessment tests for holders of dual certification courses in secondary education and specialized artistic courses; or*

** International students who comply with the conditions of art.4 of the International Student Admission Regulation.*

1.11. Regime de funcionamento.

Diurno

1.11.1. Se outro, especifique:

<sem resposta>

1.11.1. If other, specify:

<no answer>

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

Nas instalações da instituição proponente, acreditadas para o efeito pela DGES.

1.12. Premises where the study programme will be lectured:

On the premises of the proponent institution, accredited for this purpose by the DGES.

1.13. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República (PDF, máx. 500kB):

[1.13._REG_012_Creditações IPAM Porto _GN.pdf](#)

1.14. Observações:

O Instituto Português de Administração de Marketing do Porto (IPAM Porto), com esta proposta pretende responder aos

permanentes desafios do mercado e a uma tendência internacional, reforçando o seu posicionamento – “Marketing Leads

Business” - tendo sido desenhado para ser uma opção para estudantes que procurem adquirir uma série de competências que

lhes permitirão aceder a uma carreira profissional, com sucesso. Assume-se como objetivo basilar proporcionar uma

formação em Gestão de Negócios inovadora, cujas áreas científicas fundamentais são Gestão e Administração & Marketing e Publicidade, articulando-se com as outras áreas científicas desta instituição e que sejam potencialmente complementares. Proporciona-se, assim, uma formação de banda larga em gestão de negócios com uma forte componente de marketing, permitindo-se a integração no mercado de trabalho e/ou o prosseguimento para 2.º ciclo. Valoriza-se a multidisciplinaridade entre saberes e profissões e a empregabilidade dos diplomados. O modelo adotado para este CE encontra-se alicerçado na aquisição de competências, de atitudes e de valores, através de métodos pedagógicos ativos como o “problem based learning”, a simulação, a tutoria e a aprendizagem colaborativa. Nas UC deste CE é privilegiado o ensino teórico-prático e a resolução de casos práticos com o estudo de situações reais e in situ, contando, para tal, com a colaboração de entidades socioprofissionais. Para o efeito, o CE proposto, foi concebido por uma comissão de especialistas. Por forma a definir os objetivos gerais do ciclo de estudos, os objetivos de aprendizagem e dos conhecimentos e competências, esta comissão recorreu a: 1) benchmarking junto de instituições internacionais; 2) consulta de especialistas do ensino com experiência comprovada em Gestão e Marketing, para ajudar a traçar um perfil de estudante; 3) consulta a entidades socioprofissionais

1.14.Observations:

The Portuguese Institute of Marketing Administration of Porto (IPAM Porto), with this proposal intends to respond to the permanent challenges of the market and an international trend, reinforcing its positioning - "Marketing Leads Business" - having been designed to be an option for students seeking to acquire a range of skills that will allow them to access a professional career, successfully. It is assumed as a basic objective to provide an innovative training in Business Management, whose fundamental scientific areas are Management and Administration & Marketing and Advertising, articulating with the other scientific areas of this institution and that are potentially complementary. It provides broadband academic training in business management with a strong marketing component, allowing for integration into the labor market and/or continuation to the 2nd cycle. The multidisciplinary between knowledge and professions and the employability of graduates are valued. The model adopted for this SC is based on the acquisition of skills, attitudes and values through active teaching methods such as problem-based learning, simulation, mentoring and collaborative learning. In the course units of this SC emphasis is placed on theoretical-practical teaching and the resolution of practical cases with the study of real and in situ situations, relying, for this purpose, on the collaboration of socio-professional entities. To this end, the proposed SC was designed by a committee of experts. In order to define the general objectives of the study cycle, the learning objectives, and the knowledge and skills, this committee used 1) benchmarking with international institutions; 2) consultation with educational experts with proven experience in Management and Marketing, to help draw up a student profile; 3) consultation with socio-professional entities

2. Formalização do Pedido

Mapa I - Conselho Técnico-Científico do IPAM Porto

2.1.1.Órgão ouvido:

Conselho Técnico-Científico do IPAM Porto

2.1.2.Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._CTC_BC_GN.pdf](#)

Mapa I - Conselho Pedagógico do IPAM Porto

2.1.1.Órgão ouvido:

Conselho Pedagógico do IPAM Porto

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):
[2.1.2._CP_BC_GN.pdf](#)

Mapa I - Conselho de Gestão do IPAM Porto

2.1.1. Órgão ouvido:
Conselho de Gestão do IPAM Porto

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):
[2.1.2._CG_BC_GN.pdf](#)

3. Âmbito e objetivos do ciclo de estudos. Adequação ao projeto educativo, científico e cultural da instituição

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos:

- Qualificar os estudantes enquanto gestores de negócios, com competências analíticas e relacionais nos domínios das ciências empresariais, com foco principal no conhecimento da gestão e do marketing, cruzando com o conhecimento de finanças, recursos humanos e operações (entre outras), dando corpo a uma tendência internacional;
- Dotar os estudantes de ferramentas científicas e técnicas de suporte às atividades (i) requeridas pelos empregadores ou (ii) na ótica da gestão de um negócio próprio;
- Valorizar o desenvolvimento das soft skills dos estudantes, dotando-os das aptidões necessárias para a integração em contextos complexos, multidisciplinares e voláteis, para a gestão de negócios em ambientes mutáveis e imprevisíveis;
- Promover a inserção no mercado de trabalho, sobretudo, através da realização de estágio curricular, dotando os estudantes das capacidades necessárias para assumirem o papel de agentes de mudança no seio das organizações, com espírito empreendedor e inovador

3.1. The study programme's generic objectives:

- To qualify students as business managers, with analytical and relational skills in the fields of business sciences, with a main focus on management and marketing knowledge, crossing with finance, human resources and operations knowledge (among others), embodying an international trend;
- To equip students with scientific and technical tools to support activities (i) required by employers or (ii) in the perspective of managing their own business;
- To enhance the development of students' soft skills, equipping them with the necessary skills to integrate in complex, multidisciplinary and volatile contexts, for business management in changeable and unpredictable environments;
- Promote the insertion in the labor market, especially through the completion of curricular internship, equipping students with the necessary skills to assume the role of agents of change within organizations, with an entrepreneurial and innovative spirit.

3.2. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes:

- Conhecer áreas subjacentes às Ciências Empresariais, com especial foco nas áreas científicas fundamentais do CE, mostrando familiaridade com a sua história e estrutura, dominando os conceitos básicos, aplicáveis a vários contextos;
- Perspetivar e antecipar tendências em ambientes complexos, em mudança acelerada, nas áreas científicas do CE;
- Capacidade de adaptação a contextos mutáveis e de reinventar;
- Resolver problemas das organizações, utilizando o pensamento crítico de forma proficiente e criativa;
- Integrar e desenvolver projetos empresariais na área das Ciências Empresariais;
- Assumir um papel proactivo de gestão e de liderança de equipas multidisciplinares e multiculturais e valorizar a cocriação;
- Conseguir desenvolver projetos autonomamente e em equipa;
- Valorizar o espírito crítico e empreendedor, criatividade, sustentabilidade e comunicação assertiva;
- Atuar segundo elevados padrões éticos e deontológicos, dentro dos mais altos padrões de qualidade e rigor científico

3.2. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be developed by the students:

- To have knowledge in the underlying areas of Business Sciences with special focus on fundamental scientific areas of the SC, showing familiarity with its history and structure, mastering the basic concepts, applicable to various contexts;
- Perspective and anticipate trends in fast-changing and complex environments, in the scientific areas of the SC;
- Have the ability to adapt to changing contexts and reinvent;
- Solve problems in organizations, using critical thinking proficiently and creatively;

- Ability to integrate and develop business projects in the area of Business Sciences;
- Assume a proactive role in managing and leading multidisciplinary and multicultural teams and value co-creation;
- Be able to develop projects autonomously and as a team;
- Value the critical and entrepreneurial spirit, creativity, sustainability and assertive communication;
- Act according to high ethical and deontological standards, within the highest standards of quality and scientific rigor.

3.3.Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição:

O Instituto Português de Administração de Marketing do Porto com 37 anos de existência assume a liderança no ensino politécnico do Marketing em Portugal, não só ao nível do saber-fazer, mas também na dinâmica evolutiva do saber-saber. Desde sempre o IPAM pretendeu ser reconhecido como a primeira escola de marketing em Portugal e, em tempos mais recentes, como uma das melhores da Europa. Deve ser tido em consideração o facto deste posicionamento, durante os seus anos de atividade, se ter sempre focalizado no ensino de gestão de marketing. O IPAM foi uma das primeiras instituições de ensino superior portuguesas a ser avaliada pela European University Association, a mais importante associação do sector.

O IPAM Porto é um estabelecimento de ensino superior politécnico não integrado, privado, dotado de autonomia científica, pedagógica e cultural. Tem por missão criar, difundir e aplicar o conhecimento, assente na liberdade de criação cultural, na inovação científica e pedagógica, promovendo a educação superior no espaço europeu e contribuindo para o desenvolvimento integral da pessoa e da sociedade baseado em princípios que tenham o saber, a criatividade, a inovação e o empreendedorismo como fatores de crescimento, de desenvolvimento sustentável, bem-estar e solidariedade.

Com quase 4 décadas de ensino de marketing, área que começou a ser lecionada nos Estados Unidos da América há pouco mais de 50 anos, o IPAM tem procurado antecipar as necessidades de empresas, mercado, consumidores e empregadores. Na última década temos vindo a verificar profundas transformações na evolução e atuação no domínio do marketing em todo o mundo. A função de marketing tem deixado de ser cada vez mais uma área departamentalizada junto das empresas, assumindo-se em muitas delas como a filosofia central de gestão. O número de CEO's e Diretores gerais de empresas com formação académica em marketing tem disparado nos últimos anos como reconhecimento desta abordagem de gestão.

Com sustentação sólida em dados científicos e de mercado o IPAM considera que, ao lado da sua oferta formativa atual em gestão de marketing deve agora surgir uma nova área em gestão de negócios, traduzida em dois ciclos de estudos: licenciatura e mestrado. Para ser capaz de ir de encontro a esta tendência o IPAM tem vindo a preparar-se para fazer face a este desafio: nomeadamente: (i) posicionando-se como "Marketing Leads Business" tendo, para isso, diversificado a sua oferta formativa, (ii) ampliando as suas instalações, com o aumento da capacidade instalada de 464 para 797 vagas e (iii) reforçando a sua equipa de Professores a Tempo Integral em 6 novos elementos para o ano letivo 2021/22.

A disponibilização desta nova área permitirá ao IPAM Porto disponibilizar dois eixos centrais de formação em marketing e em negócios, ambos alavancados na gestão.

3.3.Insertion of the study programme in the institutional educational offer strategy, in light of the mission of the institution and its educational, scientific and cultural project:

The Portuguese Institute of Marketing Administration of Porto, with 37 years of existence, takes the lead in the polytechnic teaching of Marketing in Portugal, not only in terms of know-how, but also in the evolutionary dynamics of knowledge-knowledge. IPAM has always intended to be recognized as the first marketing school in Portugal and, in more recent times, as one of the best in Europe. It should be taken into consideration the fact that in its years of activity IPAM has always focused on the teaching of marketing management. IPAM was one of the first Portuguese higher education institutions to be evaluated by the European University Association, the most important association in the sector.

IPAM Porto is a private, non-integrated polytechnic higher education establishment, endowed with scientific, pedagogical and cultural autonomy. Its Mission is to create, disseminate and apply knowledge, based on the freedom of cultural creation, scientific and pedagogical innovation, promoting higher education in Europe and contributing to the full development of the person and society based on principles that have knowledge, creativity, innovation and entrepreneurship as factors of growth, sustainable development, welfare and solidarity.

With almost 4 decades of teaching marketing, an area that began to be taught in the United States of America just over 50 years ago, IPAM has sought to anticipate the needs of companies, the market, consumers and employers. In the last decade we have seen profound changes in the evolution and performance of marketing worldwide. The marketing function has increasingly ceased to be a departmentalized area within companies, assuming itself in many of them as the central management philosophy. The number of CEO's and Managing Directors of companies with an academic degree in marketing has increased in recent years in recognition of this management approach.

With solid support in scientific and market data IPAM considers that, alongside its current academic offer in marketing management, a new area in business management should now emerge, translated into two cycles of studies: bachelor and master degrees. To be able to meet this trend IPAM has been preparing itself to face this challenge: namely: (i) positioning itself as "Marketing Leads Business" having, for this purpose, diversified its academic offer, (ii) expanding its facilities, with the increase of the installed capacity from 464 to 797 places and (iii) reinforcing its team of Full-Time Professors in 6 new elements for the 2021/22 academic year.

The provision of this new area will allow IPAM Porto to provide two central axes of training in marketing and business, both leveraged on management.

4. Desenvolvimento curricular

4.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)

4.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável) * / Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura * Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization

<sem resposta>

4.2. Estrutura curricular (a repetir para cada um dos percursos alternativos)

4.3 Plano de estudos

Mapa III - n.a. - 1 Semestre

4.3.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

n.a.

4.3.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

n.a.

4.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:

1 Semestre

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations
Matemática	MEQ	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14	6	
Contabilidade Financeira I	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14;	6	
Desenvolvimento Pessoal e Social I	CSH	Semestral	150	T-14; TP-14; PL-14; OT-14;	6	
Fundamentos de Marketing	MKT	Semestral	150	T-28; TP-28;	6	
Fundamentos da Gestão de Negócios	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14;	6	

(5 Items)

Mapa III - n.a. - 2 Semestre

4.3.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

n.a.

4.3.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

n.a.

4.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:

2 Semestre

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations
--------------------------------------	---------------------------------------	------------------------	------------------------------------	------------------------------------	---------------	----------------------------

Estadística	MEQ	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6
Contabilidade Financeira II	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6
Marketing Operacional	MKT	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6
Economia	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6
Cálculo Financeiro	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6

(5 Items)**Mapa III - n.a. - 3 Semestre**

4.3.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

n.a.

4.3.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

n.a.

4.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:

*3 Semestre***4.3.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations
Análise Financeira	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14;	6	
Comportamento do Consumidor e Tomada de Decisão	MKT	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14;	6	
Contabilidade de Gestão	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14;	6	
Estudos de Mercado	MKT	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14;	6	
Direito dos Negócios	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14;	6	

(5 Items)**Mapa III - n.a. - 4 Semestre**

4.3.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

n.a.

4.3.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

n.a.

4.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:

*4 Semestre***4.3.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations
Gestão Estratégica de Pessoas	CSH	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
e-Business e Marketing Digital	MKT	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Gestão Financeira	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Estratégia de Negócios e Transformação Digital	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Métodos de Previsão	MEQ	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		

(5 Items)

Mapa III - n.a. - 5 Semestre**4.3.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:***n.a.***4.3.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)****n.a.***4.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:***5 Semestre***4.3.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations
Gestão de Operações	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Inovação e Desenvolvimento de Produto	MKT	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Plano de Negócios	ECG	Semestral	150	T-14; TP-14; PL-14; OT-14; 6		
Gestão Fiscal	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Business Intelligence	ECG	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		

(5 Items)

Mapa III - n.a. - 6 Semestre**4.3.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:***n.a.***4.3.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)****n.a.***4.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:***6 Semestre***4.3.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations
Negócios e Marketing Internacional	MKT	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Criação e Gestão de Marcas	MKT	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Desenvolvimento Pessoal e Social II	CSH	Semestral	150	T-28; TP-14; PL-14; 6		
Estágio/Projeto Final	ECG	Semestral	300	TP-10; S-4; OT-14; 12		

(4 Items)

4.4. Unidades Curriculares**Mapa IV - Contabilidade Financeira I****4.4.1.1.Designação da unidade curricular:***Contabilidade Financeira I***4.4.1.1.Title of curricular unit:***Financial Accounting I*

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:*ECG***4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***150***4.4.1.5.Horas de contacto:***56***4.4.1.6.Créditos ECTS:***6***4.4.1.7.Observações:**

A Contabilidade é uma ferramenta indispensável em qualquer negócio. Para além de constituir uma obrigação legal, é a base para o apuramento de impostos e um instrumento para a tomada de decisões. Dada esta importância, na Contabilidade Financeira I são estudados os conceitos necessários à introdução à área da Contabilidade, aliados à componente prática proporcionada pelos exercícios desenvolvidos em aula.

Esta Unidade Curricular desenvolve as capacidades dos estudantes para o entendimento da Contabilidade, assim como da informação contabilística de suporte a uma tomada de decisão racional e assente em dados financeiros.

Visa igualmente incentivar a pesquisa utilizando bibliografia de suporte adequada.

4.4.1.7.Observations:

Accounting is an indispensable tool in any business. In addition to being a legal obligation, it is the basis for calculating taxes and an instrument for decision-making. Given this importance, in Financial Accounting I, the concepts necessary to introduce the area of Accounting are studied, together with the practical component provided by the exercises developed in class.

This course unit develops students' abilities to understand Accounting, as well as accounting information to support rational decision-making based on financial data.

It also aims to encourage research using appropriate supporting bibliography.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Carlos Augusto Sousa Abrunhosa de Brito***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Compreender a Contabilidade como um sistema de informação**C2. Compreender os conceitos básicos da contabilidade, adquirindo competências que permitam saber ler e interpretar demonstrações financeiras**C3. Identificar e compreender o Capital Próprio e a sua dinâmica**C4. Identificar contas a usar e o correto registo contabilístico perante a existência de um facto**C5. Avaliar os inventários à entrada e à saída do armazém utilizando os diversos critérios**C6. Entender a aplicação e a diferença entre os sistemas de inventário**C7. Identificar a aplicação da periodização económica e da prudência**C8. Compreender as regras do encerramento e reabertura do período económico***4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***C1. To understand Accounting as an information system**C2. To understand the basics of accounting, acquiring skills that enable you to know how to read and interpret financial statements*

C3. To identify and understand equity and its dynamics

C4. To identify the accounts to use and the accounting record before the existence of a fact

C5. To evaluate the inventory into and out of the warehouse using various criteria

C6. To understand the application and the difference between inventory systems

C7. To identify the application of the principle of periodicity and prudence

C8. To understand the rules of closure and reopening of the economic period

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Âmbito e objeto da Contabilidade

1.1. Evolução histórica e legal do Sistema de Normalização Contabilística (SNC)

1.2. As características da informação

2. As demonstrações financeiras

2.1. Ativo

2.2. Passivo

2.3. Capital Próprio

2.4. Rendimentos

2.5. Gastos

2.6. Custo Histórico

2.7. Justo Valor

3. Pressupostos subjacentes (SNC)

4. Os factos e a dinâmica patrimonial

5. As contas (SNC)

5.1. Código de Contas

5.2. O registo contabilístico (Partida dobrada)

5.3. Os lançamentos de Compra, Venda, Desconto, Devolução, Subscrição e Realização do Capital e Remunerações

6. Uma abordagem ao Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA)

7. Avaliação dos Inventários

8. As normas contabilísticas e de relato financeiro (NCRF) aplicáveis às temáticas estudadas.

9. Uma abordagem aos movimentos de encerramento e reabertura do período económico.

4.4.5. Syllabus:

1. Scope and object of Accounting

1.1. Historical and legal evolution of the Accounting Standardization System (SNC)

1.2. The characteristics of the information

2. The financial statements

2.1. Assets

2.2. Liability

2.3. Equity

2.4. income

2.5. Expenses

2.6. Historical cost

2.7. Fair Value

3. Assumptions (SNC)

4. The facts and equity dynamics

5. Accounts (SNC)

5.1. Code of Accounts

5.2. The accounting record (double entry)

5.3. Purchase, Sale, Discount, Return, Subscription, and Realization of Capital and Wages.

6. An approach to the Value Added Tax (VAT)

7. Inventory Assessment

8. Accounting and financial reporting standards (NCRF) applicable to the topics studied.

9. An approach to the closing and reopening movements of the economic period.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Mais do que propriamente o registo contabilístico, pretende-se capacitar o estudante para o entendimento das demonstrações financeiras numa ótica de tomada de decisão. Ainda neste sentido, torna-se claro que a componente fiscal e a linguagem internacional são, sem dúvida, importantes.

Assim, os seguintes objetivos serão trabalhados nos seguintes pontos do conteúdo programático:

C1 – pontos 1. e 8.

C2 – pontos 2 e 8.

C3 – pontos 2.3 e 8.

C4 – pontos 4., 5. e 6 e 8.

C5 – pontos 7 e 8.

C6 – pontos 7 e 8.

C7 – pontos 3. e 8 e 9.

C8 – pontos 8 e 9.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

More than the proper accounting records, it is intended to enable the student to understand financial statements in line with decision making. In this sense, the tax component and the international language are undoubtedly important.

Thus, the following objectives will be worked on the following points of the syllabus:

C1 - points 1. and 8.

C2 - points 2 and 8.

C3 - points 2.3 and 8.

C4 - points 4., 5. and 6 and 8.

C5 - points 7 and 8.

C6 - points 7 and 8.

C7 - points 3. and 8 and 9.

C8 - points 8 and 9.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):*Metodologias de ensino:*

- *Brainstorming;*
- *Método expositivo;*
- *Resolução de casos práticos;*
- *Resolução de exames de anos anteriores.*

Metodologia de Avaliação:

- *Avaliação Intercalar (50%):*
- *Teste escrito individual;*
- *Participação nas aulas e na realização de casos práticos, pontualidade.*
- *Prova Individual Presencial: Teste escrito individual (50%), a realizar na época oficial de exames.*

Regime de Avaliação Final

- *Exame Final relativo à integralidade dos conteúdos, com consulta da legislação (com a ponderação de 100%).*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):*Teaching methodologies:*

- *Brainstorming;*
- *Expository method;*
- *Resolution of practical cases;*
- *Resolution of exams from previous years.*

Assessment Methodology:

- *Interim Evaluation (50%):*
- *Individual written test;*
- *Participation in classes and carrying out practical cases, punctuality.*
- *On-site Individual Test: Individual written test (50%), to be carried out during the official exam period.*

Final Assessment Regime

- *Final Exam regarding the completeness of the contents, with the consultation of the legislation (with a weighting of 100%).*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O exercício de Brainstorming auxilia o estudante a despertar para as diversas componentes da matéria. A exposição da matéria com recurso à bibliografia traz o conhecimento necessário e aproxima o estudante da investigação. Por fim, a forte componente prática consolida aquele conhecimento e prepara para o momento da avaliação.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Brainstorming exercise familiarizes students with the various components of the curricular unit. The bibliography provides students with the required knowledge and brings them closer to research skills. Additionally, the strong practical component consolidates knowledge and prepares students for the final evaluation.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Anthony, R. N., Hawkind, D. F., & Merchant, K. A. (2011). Accounting: Text and Cases (13th ed.). McGraw-Hill, ISBN: 978-0073379593

Atrill, Peter & McLaney, Eddie (2006), ACCOUNTING AND FINANCE for Non-Specialists, (5th ed.), Prentice-Hall, Financial Times, ISBN: 978-0-273-70244-3

Libby R., Libby P.A., Short D. G. (2011). Financial Accounting (7th ed.). McGraw-Hill, ISBN-13: 978-0078111020

Borges, A., Rodrigues A., Rodrigues R. (2021), Elementos de Contabilidade Geral, 27ª edição, Lisboa, Áreas Editora, ISBN: 9789899010048

Lopes, Ilídio (2021) Contabilidade Financeira – Exercícios resolvidos, 3ª edição, Almedina, ISBN: 9789724094809.

Mapa IV - Fundamentos de Marketing**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Fundamentos de Marketing

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Marketing Fundamentals

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MKT

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

Esta unidade curricular procura adotar uma aproximação à gestão de marketing com uma orientação prática. Pretende por isso disponibilizar ao universo académico um modo abrangente, prático e tanto quanto possível inovador, na introdução ao processo de gestão de marketing.

4.4.1.7. Observations:

This curricular unit aims to adopt an approach to marketing management with a practical training. It intends to make available to the academic world a comprehensive, practical, and somewhat innovative way in the introduction to marketing management.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

José Paulo Alves Feliz dos Santos

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Compreender o conceito de marketing, o seu âmbito e as suas aplicações

Compreender o conceito de marketing digital, o seu âmbito e as suas aplicações

Identificar as implicações da adoção do conceito de marketing nas organizações e nos mercados de consumidores

Compreender o conceito de valor em marketing

Entender a utilização de alguns dos elementos fundamentais do processo de diagnóstico estratégico em marketing,

nomeadamente:

- *Análise Macro ambiental*
- *Análise Micro ambiental: Mercado e Concorrência*
- *Análise competitiva*
- *Análise interna*

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

To understand the concept of marketing, its scope and its applications

To understand the concept of digital marketing, its scope and its applications

To identify the implications of adopting the concept of marketing in organizations and markets

To understand the concept of value in the marketing management area.

To understand the use of the fundamental elements of strategic marketing diagnosis process:

- *Macro environmental Analysis*
- *Micro environmental analysis*
- *Competitive analysis*
- *Internal analysis*

4.4.5.Conteúdos programáticos:

Parte 1. Álgebra Linear

1.1. Matrizes: Definições; Álgebra de matrizes.

1.2 Determinantes: Definições; Propriedades;

1.3 Sistemas de equações lineares: Forma matricial; Classificação; Sistemas homogéneos; Discussão de sistemas; Método de eliminação de Gauss; Regra de Cramer.

Parte 2. Cálculo diferencial de funções de uma variável real

2.1. Generalidades: Representação gráfica de funções; Operações; Monotonia, paridade, zeros; Domínio e Contradomínio.

2.2. Limites e continuidade: Conceito de limite, limites laterais; Álgebra dos limites; Limites envolvendo infinito; Continuidade;

2.3 Derivação: Conceito de Derivada; Regras de Derivação; Derivadas de Segunda Ordem; Funções Côncavas e Convexas.

2.4 Otimização de Funções.

Parte 3. Cálculo integral de funções de uma variável real

3.1 Primitivação: Primitivas; Propriedades;

3.2 Integração: integral definido; Teorema fundamental do cálculo; Integração por partes; Integrais impróprios;

3.3 Integral duplo

4.4.5.Syllabus:

Generic contents are: Historical evolution of marketing philosophy. Functional relation of marketing with other enterprise functions. Marketing-mix.

In particular the contents that will be covered are:

- 1. The marketing concept.*
 - 1.1. The scope of marketing;*
 - 1.2. Evolution of the marketing concept;*
 - 1.3. Value and satisfaction;*
 - 1.4. Company orientation toward the marketplace;*
 - 1.5. Marketing management tasks;*
 - 1.6. Limitations of the marketing concept.*

2. Internal and external marketing environment analysis.

2.1. The market and forecasting demand;

2.2. Measuring market and attractiveness.

3. Marketing environment.

3.1. The micro-environment;

3.2. The macro-environment;

3.3. The internal environment;

4. Competitive Dynamics.

4.1. Competitive analysis at industry and business levels;

4.2. Identifying competitors;

4.3. Analyzing competitors;

4.4. Competitive strategies.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Para se compreender de forma crítica uma organização e formular e implementar estratégias e políticas numa ótica de marketing é necessário interiorizar o conceito de marketing — visão marketing; conhecer a evolução do marketing, bem como perspetivar a operacionalização das políticas de marketing no contexto funcional das empresas.

Nesta unidade curricular os objetivos centrais são os de criar as condições para que os alunos aprendam a analisar o mercado, o macro ambiente, o ambiente e a dinâmica competitiva e o aprendam a diagnosticar as principais áreas funcionais das organizações.

Correspondência entre Objetivos de Aprendizagem e Conteúdos Programáticos:

OA 1 - CP 1

OA 2 - CP 1

OA 3 – CP 1, CP2, CP 3 e CP 4

OA 4 - CP 1

OA 5 – CP2, CP 3 e CP4

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

In order to understand in a critical thinking way an organization and to express and implement strategies and policies from a marketing point of view, it is necessary to interiorize the concept of marketing — marketing vision; to be familiar with marketing evolution, to approach operationalization of marketing policies in the functional context of organizations.

Correspondence between the learning goals and syllabus:

LO 1 - S 1

LO 2 - S 1

LO 3 – S 1, S 2, S 3 and S 4

LO 4 - S 1

LO 5 – S 2, S 3 and S 4

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O método implica articulação entre formação em sala e formação em ambiente de mercado, garantindo a formação científica dos estudantes, a sua capacidade de investigação e recolha de informação e adaptação ao mercado em constante transformação. Nesta UC os conteúdos desenvolvidos foram aplicados à análise do mercado e procura de um produto, tendo ainda sido identificados os principais fatores macro ambientais. O estudante poderá inscrever-se em uma de três modalidades de avaliação: contínua, periódica e final. Com implicações distintas em termos de obrigatoriedade de presença em aulas e tipologias de trabalho a realizar. Na avaliação contínua existem três momentos divididos entre 50% de trabalho em grupo e 50% individual. Nesta UC, a avaliação contínua é operacionalizada através da realização de dois trabalhos em grupo e de um teste individual. Na periódica o estudante tem apenas dois momentos de avaliação e na final um momento realizado no final do semestre

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The method implies articulation between classroom training and training in a market environment, ensuring the scientific training of students, their ability to research and collect information and adapt to the constantly changing market. In this course, the developed contents were applied to market analysis and demand for a product, having also identified the main macro environmental factors. The student may enroll in one of three assessment modes: continuous, periodic and final. These have different implications in terms of compulsory class attendance and types of work to be done. In continuous assessment there are three moments divided between 50% group work and 50% individual work. In this course, continuous assessment is operationalised through the completion of two group works and an individual test. In periodic assessment the student has only two moments of assessment and in the final one moment at the end of the semester

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Ao nível das metodologias de ensino consideramos fundamental destacar os pressupostos básicos subjacentes à perspectiva preconizada pelo IPAM. De facto, consideramos fundamental que o professor assuma o papel de orientador e facilitador da aprendizagem, utilizando metodologias ativas e participativas, que favoreçam a construção do conhecimento através da interação com o meio. Neste contexto particular o processo de planificação do docente deve descrever detalhadamente as atividades a realizar nos três ambientes de aprendizagem, a saber; sala, internet e mercado. Esta planificação detalhada é incorporada no plano da Unidade Curricular, validado da forma já descrita anteriormente. Neste sentido cada docente tem, antes do início do semestre, que apresentar as metodologias a utilizar, articulando-as com os objetivos da unidade curricular, bem como com os resultados/competências a desenvolver.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

In terms of teaching methodologies, we consider it essential to highlight the basic assumptions underlying the perspective advocated by IPAM. In fact, we consider it fundamental that the teacher assumes the role of learning guide and facilitator, using active and participatory methodologies that favour the construction of knowledge through interaction with the environment. In this particular context the teacher's planning process should describe in detail the activities to be carried out in the three learning environments, namely; classroom, internet and marketplace. This detailed planning is incorporated in the curricular unit plan, validated in the way described above. In this sense each teacher has, before the beginning of the semester, to present the methodologies to be used, articulating them with the objectives of the curricular unit, as well as with the results/skills to be developed.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Hollensen, Svend; (2012); "Marketing Management: A Relationship Approach" 2nd Edition; Financial Times Management, London.
Kotler, Philip; Gary Armstrong; Lloyd Harris & Hongwei He (2020), "Principles of Marketing", 8ª european edition, Prentice-Hall Europe
Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2017), "Principles of Marketing", 17ª edition, Pearson, Boston.
Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2015), - "Administração de Marketing", 15ª edição, Prentice-Hall, S. Paulo.
Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2013), - "Administração de Marketing", 14ª edição, Prentice-Hall, S. Paulo.
Kotler, Philip, Iwan Setiawan e Hermawan Kartajaya; (2017); "Marketing 4.0: Mudança do tradicional para o digital"; Actual Editora
Kotler, Philip, Iwan Setiawan e Hermawan Kartajaya; (2021); "Marketing 5.0: Technology For Humanity"; John Wiley & Sons Inc
Soares, Raquel, Leal, C. & Herter, M. (2019). Marketing – Um desafio incontornável para as Microempresas, Conjuntura Actual Editora, Lisboa.

Mapa IV - Matemática**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Matemática

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Mathematics

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MEQ

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

A unidade curricular é uma introdução aos métodos quantitativos, sendo apresentados os conceitos e instrumentos básicos de cálculo e álgebra linear. Os conhecimentos oferecidos são relevantes para o estudo das disciplinas de Estatística e Investigação Operacional, e de outras nas áreas de Economia e de Finanças.

4.4.1.7. Observations:

The curricular unit is an introduction to quantitative methods and presents the basic concepts and instruments of both calculus and linear algebra, which are relevant for the study of Operational Research, Economics and Finance.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Ana Maria Ramires Príncipe dos Santos

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Com a conclusão da unidade curricular, os estudantes devem ser capazes de:

1. Competências específicas da unidade curricular

a) Demonstrar compreensão dos conceitos básicos de cálculo e álgebra linear;

b) Selecionar e usar técnicas quantitativas no contexto de exercícios e problemas variados, mas com especial incidência nas áreas de economia e finanças;

2. Competências específicas da disciplina

a) Demonstrar intuição geométrica e capacidade matemática;

b) Desenvolver raciocínio lógico-dedutivo;

3. Competências pessoais

- Demonstrar numeracia e capacidade analítica e de resolução de problemas.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

On completion of the curricular unit, students should be able to:

1. Module specific skills

a) Demonstrate a basic understanding of core concepts of calculus and linear algebra;

b) Select and use quantitative techniques in the context of problems arising in various application fields, in particular in Economics and Finance.

2. Discipline specific skills

a) *Demonstrate graphical intuition and mathematical skills;*

b) *To produce logic and deductive reasoning.*

3. Personal skills

- *Demonstrate numeracy, and analytical and problem-solving skills.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

Parte 1. Álgebra Linear

1.1. Matrizes: Definições; Álgebra de matrizes.

1.2 Determinantes: Definições; Propriedades;

1.3 Sistemas de equações lineares: Forma matricial; Classificação; Sistemas homogêneos; Discussão de sistemas; Método de eliminação de Gauss; Regra de Cramer.

Parte 2. Cálculo diferencial de funções de uma variável real

2.1. Generalidades: Representação gráfica de funções; Operações; Monotonia, paridade, zeros; Domínio e Contradomínio.

2.2. Limites e continuidade: Conceito de limite, limites laterais; Álgebra dos limites; Limites envolvendo infinito; Continuidade;

2.3 Derivação: Conceito de Derivada; Regras de Derivação; Derivadas de Segunda Ordem; Funções Côncavas e Convexas.

2.4 Otimização de Funções.

Parte 3. Cálculo integral de funções de uma variável real

3.1 Primitivação: Primitivas; Propriedades;

3.2 Integração: integral definido; Teorema fundamental do cálculo; Integração por partes; Integrais impróprios;

3.3 Integral duplo

4.4.5. Syllabus:

Part 1: Linear Algebra

1.1 Matrices: Definitions; Algebra of matrices.

1.2 Determinants: Definitions; Properties;

1.3 Systems of linear equations: Matrix form; Classification; Homogeneous systems; Discussion of systems; Gauss elimination method; Cramer's rule.

Part 2: Differential calculus of functions of a real variable

2.1 Generalities: graphical representation of functions; operations; monotonicity, parity, zeros; domain and codomain.

2.2 Limits and continuity: Concept of limit, lateral limits; Algebra of limits; Limits involving infinity; Continuity;

2.3 Derivation: Concept of Derivative; Rules of Derivation; Second Order Derivatives; Concave and Convex Functions.

2.4 Optimization of Functions.

Part 3: Integral calculus of functions of a real variable

3.1 Primitivation: Primitives; Properties;

3.2 Integration: definite integral; The fundamental theorem of calculus; Integration by parts; improper integrals;

3.3 Double integral

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Espera-se que os estudantes que obtenham aprovação nesta unidade curricular:

- *sejam capazes de operar com matrizes e determinantes;*
- *saibam resolver sistemas de equações lineares, usando diferentes métodos;*
- *dominem os principais conceitos e os instrumentos analíticos no estudo de funções em \mathbb{R} , de forma a poderem perceber o estudo posterior de funções em \mathbb{R}^n ;*
- *tenham conseguido organizar, planear e programar tarefas no tempo;*
- *tenham conseguido desenvolver a sua capacidade de trabalho em grupo, mas também a sua autonomia;*
- *reconheçam a importância do conhecimento e do raciocínio matemático no desenvolvimento das suas capacidades de análise e de síntese.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

After being approved, students are expected to:

- *be able to operate with matrices and determinants;*
- *know how to solve systems of linear equations using several different methods;*
- *dominate the principal concepts and the analytical instruments on real functions in \mathbb{R} , so that they can understand real functions in \mathbb{R}^n ;*
- *be able to organize, to plan and to program their task through time;*

- *have developed their teamwork capacity but also their autonomy;*
- *recognize the importance of the mathematical knowledge and its rational to develop their capacities of analysis and synthesis.*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular compreende aulas teóricas e práticas. A natureza teórica é dominante em momentos destinados a estabelecer as bases científicas da disciplina. No entanto, o enfoque é posto na resolução de exercícios e de problemas. A exposição das diferentes técnicas é acompanhada da apresentação de situações reais ou de aproximação à realidade, em domínios variados, mas com especial incidência na Economia e nas Finanças.

A avaliação pode ser contínua ou por exame.

Avaliação contínua inclui:

- *Teste Intercalar (escrito), cobrindo as partes 1 e 2 do programa (60%);*
- *Prova Final – teste escrito, cobrindo o tópico 3 do programa (40%).*

Avaliação por exame inclui o Exame Final, cobrindo todos os tópicos do programa (100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The curricular unit comprises both theoretical and practical classes. The theoretical nature is dominant in moments intended to establish the scientific bases of the discipline. However, the focus is on solving exercises and problems. The introduction to the various techniques is illustrated by the presentation of real problems (although simplified), in a variety of fields, but with special incidence in Economics and Finance.

The students' assessment may be continuous or by final exam.

Continuous assessment includes:

- *Midterm Test (written), covering topics 1 to 2 of the syllabus (60%);*
- *Final Test (written), covering topic 3 of the syllabus (40%).*

Final exam evaluation includes a Final Exam (written) covering the whole syllabus (100%).

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino, pondo ênfase na resolução de exercícios e problemas, concorre para a conferência das competências específicas da unidade curricular.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodology, putting emphasis on solving exercises and problems, competes for conferring the module specific skills.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Luis, G., Ribeiro, C. & Murteira, B. (1985). Álgebra Linear. Mc Graw-Hill. ISBN 972-9241-05-8.

Ribeiro C. S., Reis L., Reis S. (1998), Álgebra Linear: exercícios e aplicações, 2º ed. Mc Graw-Hill. ISBN: 972-8298-82-X

Larson, R., & Edwards, B. H. (2016). Calculus (11th Ed.). Boston: Cengage Learning.

Bittinger, M. L., Ellenbogen, D. J., & Surgent, S.J. (2016). Calculus and its Applications, (11th Ed.). Pearson Higher Ed.

Sydsaeter K., Hammond P., Strom, A. & Carvajal, A. (2021). Essential Mathematics for Economic Analysis, 6th Edition. Pearson. ISBN: 9781292359281.

Mapa IV - Cálculo Financeiro

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Cálculo Financeiro

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Financial Calculus

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:*ECG***4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***150***4.4.1.5.Horas de contacto:***56***4.4.1.6.Créditos ECTS:***6***4.4.1.7.Observações:**

Esta Unidade Curricular trata as noções elementares do Cálculo Financeiro, nas suas vertentes teórica e prática. Os seus conteúdos programáticos constituem o suporte em aplicações financeiras, quer académicas, quer profissionais, nomeadamente, nas vertentes da prática bancária e seguradora. Os diferentes conteúdos estão apoiados com exercícios práticos, que ilustram a sua aplicabilidade ao ambiente profissional, proporcionando ao estudante a interpretação das variáveis envolvidas nos processos de concessão de crédito ou de investimento.

4.4.1.7.Observations:

This course deals with the elementary notions of Financial Calculus, in its theoretical and practical aspects. Its programmatic content is the support for financial investments, both academic and professional, in particular in the areas of banking and insurance practice. The different contents are supported by practical exercises, that illustrate their applicability to the professional environment, providing the student with the interpretation of the variables involved in the processes of granting credit or investment.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*José João Dolores***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

O objetivo básico e fundamental da unidade curricular consiste em proporcionar os conhecimentos necessários para o estudo e resolução de problemas relacionados com as operações comerciais e financeiras realizadas quer por empresas, quer por particulares, nos diversos mercados.

Podemos enunciar as competências a serem adquiridas como:

- Reconhecer e compreender a importância do fator tempo, considerando que o correto posicionamento dos capitais e juros é indispensável à sua comparabilidade e ao cálculo dos valores.*
- Distinguir os vários regimes de capitalização de juros.*
- Distinguir e aplicar os diferentes tipos de taxas de juro.*
- Calcular valores atuais e valores futuros.*
- Compreender e aplicar os vários regimes de reembolso de empréstimos.*

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The main aim of this Curricular Unit is to provide the necessary knowledge to enable the study and resolution of problems involving financial and commercial transactions of companies and individuals in various markets. The competencies to be acquired may be described as:

- Understand the importance of the time factor, considering that the correct capital and interest positioning is essential for the comparison thereof and the calculation of the values.*
- Distinguish between the two capitalization regimes.*
- Understand and apply the various types of interest rates.*
- Calculate present and future values.*

- *Understand and correctly apply the different features of loan repayments.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução

- 1.1. Definição de operações financeiras**
- 1.2. Conceitos genéricos relacionados com a noção de Tempo, Capital e Juro**
- 1.3. O valor do dinheiro ao longo do tempo**
- 1.4. Valor atual e valor acumulado**

2. Regimes de capitalização

- 2.1. Capitalização simples**
 - 2.1.1. Fórmula geral e suas derivadas**
 - 2.1.2. Fracionamento da taxa de juro**
- 2.2. Capitalização composta**
 - 2.2.1. Fórmula geral e suas derivadas**
 - 2.2.2. Fracionamento da taxa de juro**
- 2.3. Equivalência de capitais**
 - 2.3.1. Regime de juro simples**
 - 2.3.2. Regime de juros composto**
- 2.4. Equivalência de taxas**
 - 2.4.1. Taxa de juro nominal**
 - 2.4.2. Taxa de juro efetiva**

3. Rendas

- 3.1. Conceito e classificação**
- 3.2. Rendas inteiras e fracionadas**
- 3.3. Rendas anuais variáveis em progressão aritmética e geométrica**

4. Amortização de empréstimos

- 4.1. Mediante reembolso único e mediante uma renda**
- 4.2. Sistema francês ou de amortização progressiva**
- 4.3. Sistema de quotas de amortização constantes**

4.4.5. Syllabus:

1. Introduction

- 1.1. Definition of financial transactions**
- 1.2. Generic concepts related to the notion of Time, Capital, and Interest**
- 1.3. The value of money over time**
- 1.4. Current value and the accumulated value**

2. Capitalization schemes

- 2.1. Simple capitalization**
 - 2.1.1. General formula and its derivatives**
 - 2.1.2. Interest rate split**
- 2.2. Compound capitalization**
 - 2.2.1. General formula and its derivatives**
 - 2.2.2. Interest rate split**
- 2.3. Equivalence of capital**
 - 2.3.1. Simple interest regime**
 - 2.3.2. Compound interest regime**
- 2.4. Fee equivalence**
 - 2.4.1. Nominal interest rate**
 - 2.4.2. Effective interest rate**

3. Income

- 3.1. Concept and classification**
- 3.2. Whole and fractional rents**
- 3.3. Variable annual incomes in arithmetic and geometric progression**

4. Loan Amortization

- 4.1. Upon a single refund and an income**
- 4.2. French system or progressive amortization**
- 4.3. Constant amortization quota system**

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos estabelecidos para esta unidade curricular são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente, na identificação e compreensão das temáticas a abordar na disciplina e no conhecimento dos instrumentos financeiros necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The goals of this curricular unit are coherent with the syllabus, in so much as they identify and enable the understanding of the themes included therein and teach the necessary financial tools that enable the establishment of a liaison between theory and practice. There is also a close relationship between the syllabus contents, the defined aims, and the basic bibliography, which are fundamental for this curricular unit.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):*Metodologias de ensino:*

Apesar de contemplar uma componente teórica vincada, pretende-se aplicar uma metodologia de ensino baseada no método demonstrativo, dotando os estudantes de um potencial de autonomia face às matérias lecionadas e de uma análise detalhada das operações comerciais e financeiras. A unidade curricular é teórico-prática: pretende dotar os estudantes com os conceitos e os instrumentos operacionais que lhes permitam simular exercícios idênticos aos que surgem na realidade dos mercados, alcançando uma compreensão clara e correta dos problemas apresentados.

Metodologias de avaliação:

A avaliação pode ser contínua ou final.

A avaliação contínua é composta por 3 momentos:

- 1) Avaliação Intercalar – 1 teste com ponderação de 50%*
- 2) Prova Individual Presencial (50%).*

A exame final irão os estudantes que tenham optado por esta situação ou aqueles que tenham sido reprovados na avaliação contínua.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):*Teaching methodologies:*

Although this unit is mostly theoretical, it is also based on a demonstrative teaching methodology. This is intended to install potential student autonomy in applying matters taught. Students are also encouraged to make a detailed analysis of commercial and financial transactions. This Curricular Unit is both theoretical and practical, aiming to supply students with the operational concepts and tools that will enable them to carry out simulations that are identical to the reality of the actual markets, so that they may achieve a clear and correct understanding of the problems they will be solving.

Evaluation methodologies:

Evaluation can be continuous or final.

Continuous assessment consists of three stages:

- 1) Mid-Term Evaluation with 1 test (50%)*
- 2) Final Test (50%).*

The final exam will accept students who have opted for this situation or those who have been failed in the continuous assessment.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O método de ensino implementado pretende que a estruturação do saber-fazer constitua o resultado da formação fornecida pelo docente, à qual se juntarão os elementos obtidos pelos estudantes na resolução dos problemas exercícios práticos sugeridos ao longo do semestre. Para além das aulas presenciais, é sugerida a resolução de exercícios que, de modo individual ou em grupo e em ambiente e-learning, conduzirá à integração e consolidação das competências-chave.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The implemented teaching methodology aims to supply and structure the necessary know-how as a result of the teacher's work, together with the resolution of the students' practical exercises and problems carried out throughout the semester. Besides class lectures, individual and group assignments and projects are recommended through e-learning tools, to integrate and consolidate all key skills.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Matias, R. (2018), Cálculo Financeiro – Teoria e prática, 6ª Edição, Escolar Editora.

Batista, A. M. S. (2020), Matemática Financeira, 3ª edição, VidaEconómica.

Barroso, M. N. (2009), Cálculo e Instrumentos Financeiros, 2ª Edição, Escolar Editora.

Matias, R. (2009), Cálculo Financeiro – Exercícios Resolvidos e Explicados, 2ª edição, Escolar Editora.

Matias, R. (2008), Cálculo Financeiro – Casos Reais Resolvidos e Explicados, Escolar Editora.

Quelhas, A. P., & Correia, F. (2017), Manual de Matemática Financeira, 4ª Edição, Livraria Almedina.

Rodrigues, J. A., & Nicolau, I. (2010), Elementos de Cálculo Financeiro, 9ª Edição, Áreas Editora.

Santos, L. L., & Laureano, R. (2006), Fundamentos e Aplicações do Cálculo Financeiro – Casos Práticos, 2ª Edição, Edições Sílabo.

Mapa IV - Contabilidade Financeira II

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Contabilidade Financeira II

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Financial Accounting II

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

O objetivo geral da UC consiste em dotar o estudante dos conhecimentos necessários à apresentação e divulgação da informação financeira das entidades com base no Sistema de Normalização Contabilística (SNC), e no normativo internacional (IAS/IFRS).

Esta UC visa dar sequência à Contabilidade Financeira I, lecionada no semestre anterior, consolidando e incrementando os conhecimentos obtidos, garantindo uma base sólida para o desenvolvimento de outras temáticas no âmbito financeiro.

4.4.1.7.Observations:

The general objective of this course unit is to enable students to present or disclose the financial data of the entities based on the Portuguese Accounting System (SNC), and on international standards (IAS / IFRS).

This unit aims to give continuity to Financial Accounting I, taught in the previous semester, consolidating and increasing the knowledge and assure to the students a solid basis for the development of other topics in the financial scope.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Carlos Augusto Sousa Abrunhosa de Brito

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

• Aprofundar o conhecimento do Sistema de Normalização Contabilística (SNC) e sua interligação com o normativo internacional (IAS/IFRS).

• Compreender a estrutura do capital próprio e as suas variações;

- *Aprofundar a aplicação do Regime do Acréscimo;*
- *Desenvolver as operações relacionadas com investimentos: Ativos Fixos Tangíveis, Ativos Intangíveis, Propriedades de Investimento; Investimentos Financeiros e Ativos não correntes detidos para venda;*
- *Desenvolver outras classes de ativo e passivo em complemento aos conhecimentos já adquiridos na UC precedente, no que respeita ao ciclo operacional e de financiamento da entidade.*
- *Consolidar conhecimentos relativos à apresentação e divulgação da informação financeira*
- *Dominar a terminologia técnica usada no normativo.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Develop the knowledge of the Portuguese Accounting System (SNC) and its relation with international standards (IAS / IFRS).

- *Understand the structure of equity and its variations;*
- *Develop the application of Accruals Regime;*
- *Develop investment operations: property, plant and equipment, intangible assets, investment properties; Financial investments and non-current assets held for sale;*
- *Develop other asset and liability classes in addition to the knowledge already acquired in the previous UC, with regard to the entity's operating and financing cycle.*
- *Consolidate knowledge related to the presentation and disclosure of financial information*
- *Understand the technical terminology used in the standards*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Estrutura Conceptual

1.1 Conceitos, pressupostos, Características da Informação Financeira

2.1 Desenvolvimento dos conceitos de Provisão, Passivo Contingente e Ativo Contingente

2. Apresentação e Divulgação

2.1 Bases para a Apresentação das Demonstrações Financeiras

2.2 Modelos de Demonstrações Financeiras

3. Estudo das Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro por Rubricas De Balanço

3.1 Investimentos: Ativos Fixos Tangíveis, Ativos Intangíveis, Propriedades de Investimento; Investimentos Financeiros e Ativos não correntes detidos para venda.

3.2 Ativos em curso e variação da produção.

3.3 Clientes e Fornecedores: operações de factoring e confirming.

3.4 Estado e Outros Entes Públicos: estimativa e retenção de impostos.

3.5 Capital Próprio: Aplicação dos Resultados; Revalorizações; Doações; Resultados Transitados; Subsídios.

3.6 Meios Financeiros Líquidos: A reconciliação bancária.

4. Encerramento do período económico e preparação das Demonstrações Financeiras.

4.4.5. Syllabus:

Conceptual Framework

1.1 Concepts, assumptions, financial information characteristics

1.2 Development of the concepts of Provision, Contingent Liabilities and Contingent Assets

Presentation and Disclosure

2.1 Basis for the Presentation of Financial Statements

2.2 Financial Statements

Study of the Accounting standards by items of the Balance sheet

3.1 Investments: Property, plant and equipment, intangible assets, investment properties; Financial investments and non-current assets held for sale.

3.2 Assets in progress and production variation.

3.3 Customers and Suppliers: factoring and confirming operations.

3.4 State and Other Public Entities: estimate and withholding taxes.

3.5 Equity: Profit/Loss; Revaluations; Donations; retained earnings; subventions.

4. Closure of financial accounts and preparation of the Financial Statements.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A unidade curricular Contabilidade Financeira II é semestral e encontra-se inserida na licenciatura de Gestão de Negócios. O conteúdo programático foi concebido nesta envolvente.

Os dois capítulos iniciais permitirão situar o discente na temática preparando-o para o desenvolvimento dos conhecimentos e técnicas necessários à elaboração das Demonstrações Financeiras no âmbito dos normativos contabilísticos aplicáveis, integrantes dos capítulos subsequentes.

Segue-se a abordagem às normas contabilísticas e de relato financeiro por rúbricas de balanço, tendo como objetivo uma abordagem detalhada com enfoque nos critérios de agregação e políticas contabilísticas, promovendo a familiarização do discente com os termos técnicos utilizados, de modo que este seja apto, no futuro, à respetiva análise.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Financial Accounting II is semiannual and is part of a degree in Business Management. The programmatic content was designed in this environment.

The two initial chapters will allow the student to be placed on the subject preparing him / her for the development of the knowledge and necessary techniques for the Financial Statements preparation within the scope of the applicable accounting standards, which are part of the subsequent chapters.

It follows the approach to accounting standards and financial reporting by statement of financial position, aiming a detailed approach focusing on aggregation criteria and accounting policies, promoting the student's familiarization with the technical terms used, so that he may be able, in the future, to the respective analysis.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição de temas e conceitos;

Resolução de casos práticos;

Debate de conceitos e estudo de exemplos reais;

Recurso a meios audiovisuais e bibliografia;

Trabalho complementar do estudante, implicando a exploração bibliográfica

Regime de Avaliação Contínua Bipartida

Teste escrito individual durante o período de aulas (com a ponderação de 50%)

Prova Individual Presencial durante época oficial de exames (com a ponderação de 50%).

Regime de Avaliação Final

Exame Final a realizar durante época oficial de exames.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Expository;

Resolution of practical cases;

Debate of concepts and study of real examples;

Use of audiovisual media and bibliography;

Complementary work by the student, involving bibliographic exploration

Continuous Assessment Regime:

Mid-Term Evaluation: written test performed during the semester (weighting 50%)

Term paper: written test performed during official assessment period (weighting 50%)

Final Evaluation Regime

Final Examination, written test during official assessment period.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A exposição da matéria em sessões presenciais proporciona o desenvolvimento orientado de casos práticos e permite o esclarecimento imediato de dúvidas, consolidando conhecimentos e capacitando o estudante na compreensão do normativo contabilístico e aplicação das respetivas regras.

O debate de conceitos e estudo de exemplos reais, aproximará o discente no conhecimento do normativo que baseou o desenvolvimento do SNC – as normas internacionais de contabilidade e o trabalho complementar do estudante, implicando a exploração bibliográfica orientada, potenciará a sua capacidade para, no futuro, ser autónomo na resolução de questões do foro contabilístico.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The expository method in face-to-face sessions provides the guided development of practical cases and allows the immediate clarification of doubts, consolidating knowledge and training the student in the understanding of accounting standards and application of the respective rules.

The debate of concepts and the study of real examples will bring the student closer to the knowledge of the standards that based the development of the SNC - the international accounting standards. The complementary work of the student, implying oriented bibliographic exploration, will enhance their ability to, in the future, be autonomous in solving accounting issues.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Anthony, R. N., Hawkind, D. F., & Merchant, K. A. (2011). Accounting: Text and Cases (13th ed.). McGraw-Hill.

Atrill, Peter & McLaney, Eddie (2006), ACCOUNTING AND FINANCE for Non-Specialists, (5th ed.), Prentice Hall, Financial Times

Libby R., Libby P.A., Short D. G. (2011). Financial Accounting (7th ed.). McGraw-Hill.

Mapa IV - Estatística

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Estatística

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Statistics

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MEQ

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

A unidade curricular é uma introdução à estatística, apresentando os conceitos e instrumentos básicos de estatística descritiva, probabilidade e estatística indutiva.

4.4.1.7.Observations:

The curricular unit is an introduction to statistics and presents the basic concepts and instruments of descriptive statistics, probability, and inferential statistics.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Ana Maria Ramires Príncipe dos Santos

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Com a conclusão da unidade curricular, os estudantes devem ser capazes de:

1. Competências específicas da unidade curricular

Demonstrar compreensão dos conceitos estatísticos fundamentais; Sintetizar e representar graficamente dados; Selecionar e usar técnicas de inferência estatística no contexto de problemas surgindo em áreas variadas de aplicação; Produzir e interpretar resultados inferenciais elementares;

2. Competências específicas da disciplina

Demonstrar intuição gráfica e capacidade matemática;

3. Competências pessoais

Demonstrar numeracia e capacidade analítica e de resolução de problemas.

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

On completion of the curricular unit, students should be able to

1. Module specific skills

Demonstrate a basic understanding of core statistical concepts; Summarise and represent data graphically; Select and use inference techniques in the context of problems arising in various application fields. Produce and analyse elementary inferential results;

2. Discipline specific skills

Demonstrate graphical intuition skills and mathematical skills;

3. Personal skills

Demonstrate numeracy, and analytical and problem-solving skills.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1.Ciência estatística; Tipos de dados; Amostragem

2.Estatística descritiva: Métodos gráficos para descrição de dados; Medidas descritivas; Outliers; Informação bivariada e correlação

3.Probabilidade: Espaço amostral, acontecimentos, probabilidade; Axiomática; Probabilidade condicionada

4.Variáveis aleatórias discretas e contínuas; Distribuições de probabilidade; Variáveis aleatórias bidimensionais, independência, covariância e correlação

5.Distribuições amostrais e estimação pontual: Distribuição amostral da média amostral e da proporção amostral; Teorema do Limite Central

6.Intervalos de confiança: Intervalos de confiança para a média e para a proporção; Dimensão da amostra

7.Testes de hipóteses: Elementos de um teste, erros tipo I e tipo II, valor-p; Testes sobre a média e proporção

8.Inferências baseadas em duas amostras: Amostragem independente e emparelhada; Comparação de duas médias e de duas proporções; Dimensão da amostra; Significância do coeficiente de correlação

4.4.5.Syllabus:

1. *Statistical science; Types of data; Sampling*
2. *Descriptive statistics: Graphical methods; Descriptive measures; Outliers; Bivariate data and correlation*
3. *Probability: Sample space, events, and probability; Axiomatic; Conditional probability*
4. *Random variables and probability distributions: Discrete and continuous; random variables; Probability distributions; Bivariate random variables, independence, covariance, and correlation*
5. *Sampling distributions and point estimation: Sampling distribution of a sample mean, and Central Limit Theorem; Sampling distribution of a sample proportion*
6. *Confidence intervals: Confidence intervals for a population mean and for a population proportion; Sample size*
7. *Tests of hypotheses: Basic elements; type I and type II errors, p-value; Tests about mean and proportion*
8. *Inferences based on two samples: Independent and paired sampling; Comparison between two means; Comparison between two proportions; Sample size; Significance of the correlation coefficient*

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:
No tópico 1 do programa, são cobertos os elementos básicos de Estatística Descritiva; nos tópicos 2 e 3, os elementos básicos de Probabilidade; e nos restantes tópicos, 4 a 7, os elementos básicos de Estatística Inferencial; sendo assim estudados os temas nucleares numa formação estatística em concordância com as competências específicas a conferir pela unidade curricular.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

In topic 1 of the syllabus, the basic elements of Descriptive Statistics are covered; in topics 2 and 3, those of Probability are covered; and in the remaining topics, 4 to 7, those of Inductive Statistics are covered. Thus, the core themes of a statistical education are studied, in agreement with the specific competences to be conferred by the curricular unit.

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A natureza teórica é dominante no estabelecimento das bases científicas da disciplina. No entanto, o enfoque é posto na resolução de exercícios, com interpretação e avaliação de resultados.

A avaliação pode ser contínua ou por exame.

Avaliação contínua inclui: Teste Intercalar (escrito), cobrindo as partes 1 a 5 do programa (60%); Prova Final – teste escrito, cobrindo os tópicos 6 a 8 do programa (40%). O estudante fica aprovado se a classificação (não arredondada) do teste intercalar não for inferior a 8 valores; e a média final (arredondada) dos dois testes não for inferior a 10 valores.

Avaliação por exame: Exame Final, cobrindo todos os tópicos do programa (100%).

4.4.7.Teaching methodologies (including students' assessment):

The curricular unit comprises both theoretical and theoretical-practical sessions. The theoretical component prevails when the discipline scientific ground is established. However, the emphasis is put on solving exercises, with interpretation and evaluations of the results.

Assessment may be continuous or final.

Continuous assessment includes: - Midterm Test (written), covering topics 1 to 5 of the syllabus (60%); Final Test (written), covering topics 6 to 8 of the syllabus (40%). The student is passed if he/she attains a classification not inferior to 8 (not rounded) in the midterm test; and attains an overall grade not inferior to 10 (rounded).

Final exam evaluation includes a Final Exam (written) covering the whole syllabus (100%).

4.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino, pondo ênfase na resolução de exercícios e na interpretação e avaliação de resultados obtidos em análise de dados, concorre para a conferência das competências específicas da unidade curricular.

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodology, putting emphasis on solving exercises and on interpreting and evaluating results obtained with the analysis of datasets, competes for conferring the module specific skills.

4.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

McClave, J.T., Benson, P.G. e Sincich, T.L. (2018). Statistics for Business and Economics: Global Edition (13th ed.). Pearson.

Murteira, B., Ribeiro, C. S., Silva, J. A., Pimenta, F. e Pimenta, C. (2015). Introdução à Estatística. Escolar.

Newbold, P., Carlson, W. e Thorne, B. (2013). Statistics for Business and Economics, 8ª ed. Pearson.

Mapa IV - Contabilidade de Gestão**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Contabilidade de Gestão

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Management Accounting

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

6

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

Esta unidade curricular visa oferecer aos alunos de Gestão uma visão integrada sobre as diferentes práticas de custeio e o seu alinhamento e impacto na estratégia organizacional.

Num ambiente de permanente mudança e internacionalização dos mercados, o conhecimento tempestivo e correto de todos os custos incorridos para cumprir os objetivos de competitividade da unidade económica é cada vez mais uma necessidade da gestão.

4.4.1.7.Observations:

The course of "Management Accounting" aims at providing to Management students an integrated view of Costs practices, and how it impacts on the strategy of the company. In an environment of constant change and globalization of markets, the timely and correct knowledge of all costs incurred to meet the goals of economic competitiveness of a business unit is increasingly a need for management.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Luís Pedro Vilela Pimentel

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Compreender a importância da Contabilidade de Custos nas organizações como instrumento privilegiado de suporte à gestão e de apoio à tomada de decisão

Compreender conceito de custo e estabelecer a relação entre custo e preço

Analisar os componentes do custo de produção e efetuar o seu apuramento

Definir e questionar os critérios e os métodos de apuramento dos custos de produção, dotando os alunos dos conhecimentos necessários a um adequado domínio e aplicação dos conceitos e respetiva análise

Analisar e utilizar o modelo CVR (Custo-Volume-Resultados)

Aprofundar o tratamento dos encargos fixos e análise dos efeitos de inatividade, produção defeituosa e custos padrão

Caracterizar a aplicação do Custeio Baseado na Atividade

Compreender o sistema de gestão orçamental, o processo de elaboração do orçamento anual, e o apuramento dos respetivos desvios

Refletir sobre a utilização da informação, análise e controlo da atividade da empresa

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Understand the importance of Cost Accounting in organizations as a privileged instrument to support management and decision making

Understand the concept of cost and establish the relationship between cost and price

Analyze the components of the production cost and perform its calculation

Define and question the criteria and methods of calculation of production costs, providing students with the necessary knowledge for an adequate domain and application of the concepts and their analysis

Analyze and use the CVR (Cost-Volume-Profit) model

Analyze in depth the treatment of fixed costs and the analysis of the effects of downtime, defective production and standard costs

Characterize the application of Activity Based Costing

Understand the budget management system, the annual budgeting process, and the calculation of the respective deviations

Reflect on the use of information, analysis and control of the company's activity

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. *Âmbito e objetivos da Contabilidade de Custos*
2. *Sistemas de custeio*
3. *O Sistema de custeio variável e o processo de tomada de decisão*
4. *Classificação e afetação (alocação) de custos*
5. *Métodos de custeio*
6. *Centros de custo e método das secções homogéneas*
7. *Custeio Baseado nas Atividades (CBA)*
8. *Gestão orçamental e análise de desvios*

4.4.5.Syllabus:

1. *Scope and objectives of Cost Accounting.*
2. *Costing systems.*
3. *The variable costing system and decision making (CVP model)*
4. *Costs classification and assignment*
5. *Costing methods*
6. *Costs centres and Uniform cost centres method*
7. *Activity Based Costing (ABC)*
8. *Budget management and variances analysis*

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Na unidade curricular de Contabilidade de Gestão pretende-se transmitir ao estudante um conjunto de conceitos, modelos e instrumentos de tomada de decisão no contexto das organizações do tipo empresarial. O programa apresenta estes conceitos, modelos e instrumentos de forma prática, com recurso frequente a estudos de casos e exercícios, levando a uma melhor compreensão do contexto do mercado pelos alunos.

O conteúdo programático 1 vai permitir atingir os objetivos 1 e 2; O conteúdo 2 vai permitir atingir os objetivos 2, 3 e 4; Os conteúdos 3 e 4 vão permitir atingir os objetivos 4 e 5; O conteúdo 5 vai permitir atingir os objetivos 4, 5 e 6; O conteúdo 6 vai permitir atingir os objetivos 3 e 4; O conteúdo 7 vai permitir atingir o objetivo 7; O conteúdo 8 vai permitir atingir os objetivos 8 e 9.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Cost Accounting intends to convey to the student a set of concepts, models and tools for decision making in the context of business-type organizations. The syllabus presents these concepts, models and tools in a practical way, with regular use of case studies and exercises, leading to a better understanding by students of the business environment.

Thus, the students, through the full accomplishment of the syllabus, should acquire theoretical and practical skills that will achieve the following key learning objectives:

Content 1 will help to achieve the goals 1 and 2; Content 2 will allow achieving the objectives 2 and 4; Contents 3 and 4 will help to achieve the objectives 4 and 5; Content 5 will help to achieve the objectives 4, 5 and 6; Content 6 will help to achieve the objectives 3 and 4; Content 7 will allow achieving the objective 7; Content 8 will help to achieve the objectives 8 and 9.

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Será utilizado o método expositivo, com recurso à projeção de diapositivos, os métodos dedutivo e indutivo. Será utilizada também a metodologia por simulação pedagógica, ou seja, o processo de ensino é realizado em condições próximas da realidade empresarial. No início de cada tópico haverá uma componente teórica, com a apresentação e enquadramento da mesma, acompanhada da resolução de exercícios práticos no decorrer das sessões.

AVALIAÇÃO:**Avaliação Contínua:**

1 teste escrito (individual) e 1 frequência, com ponderações, respetivamente, de 30% e 45%. – Participação nas aulas com a ponderação de 15%

Entrega de 2 exercícios de avaliação (individual) com a ponderação de 5% cada

A média ponderada da participação nas aulas, entrega das fichas e do teste não poderá ser inferior a 8 valores, tal como a nota da frequência

A média final não poderá ser inferior a 9,5 valores

Exame final:

1 prova escrita, com ponderação de 100%, com nota mínima não inferior a 9,5 valores

4.4.7.Teaching methodologies (including students' assessment):

The methodologies used will be the lecture, using the projection of slides, and the inductive and deductive methods. It will also be used the pedagogical simulation methodology, i.e. the teaching process is conducted under conditions close to organizational reality. At the beginning of each topic there is a theoretical component, with the presentation of framework thereof, and where possible accompanied by practical examples, followed by development of the exercises in practical part of classes

ASSESSMENT:**-Continuous Assessment:**

1 written test (individual) and 1 frequency, with weights, respectively, of 30 and 45%.

Participation in class with weight of 15%

Delivery of 2 individual exercises, with weight of 5% each.

The weighted average of the test, participation in class and delivery of individual exercises has a minimum grade of 8 points and the total weighted average of 9.5 points.

-Final exam:

1 written test, weighted at 100%, with a minimum grade of not less than 9.5 values.

4.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A duração de um semestre letivo desta unidade curricular foi definida tendo por base os objetivos e competências a serem adquiridos pelos alunos.

A estrutura das aulas faseadas nas duas modalidades permite, gradualmente, que os alunos adquiram as competências necessárias ao longo do semestre para obter a aprovação, sendo que é dada particular importância à avaliação contínua (AC), a qual permitirá ao aluno demonstrar as competências adquiridas com o seu trabalho

A adoção das metodologias expostas permitirá aos alunos adquirir conhecimentos e aplicá-los a novas situações, assumir comportamentos profissionais, descobrir métodos de trabalho a utilizar, detetar a importância da atividade desenvolvida no contexto empresarial e suscitar uma permanente discussão nas aulas, tenham elas uma componente teórica ou prática.

Considerando a elevada aplicabilidade prática da presente unidade curricular, a análise e resolução de casos práticos permitirá ao aluno compreender o conteúdo e alcance das diversas matérias em jogo. O método de ensino, baseado na

apresentação de princípios fundamentais e sua aplicabilidade em casos concretos, é coerente com as características práticas da unidade curricular.

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The duration of one semester of this CU was defined based on the objectives and skills to be acquired by students.

The structure of lessons phased in in the two modalities gradually allows students to acquire the skills needed throughout the semester to obtain approval, with particular importance given to continuous assessment (CA), which will allow the student to demonstrate skills acquired from his/her work.

The adoption of methodologies above enables students to acquire skills and apply them to new situations, take a professional behavior, find ways of working to be used, sense the importance of the activity in a business context, and create a permanent discussion in class, be it theoretical or practical.

Considering the high practical applicability of this CU, the analysis and resolution of practical cases will allow the student to understand the scope and content of the matters involved. The teaching method, based on the presentation of fundamental principles and their applicability in specific cases is consistent with the practical features of the CU.

4.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

DRURY, Colin (2018). Management and Cost Accounting, 10th edition, Cengage Learning.

BURNS, John, Martin Quinn, Liz Warren & João Oliveira (2013). Management Accounting, McGraw-Hill Education - Europe.

ANTHONY, Robert, HAWKINS, David & MERCHANT, Kenneth (2010). Accounting: Text and Cases.

HORNGREN, Charles, FOSTER, George & DATAR, Srikant (2012). Cost Accounting – A Managerial Emphasis, 14th edition, Prentice Hall.

Mapa IV - Business Intelligence

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Business Intelligence

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Business Intelligence

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

É uma unidade curricular que pretende conferir aos alunos, os conhecimentos relacionados com a gestão de informação, nomeadamente ao nível da recolha e análise de grandes volumes de dados históricos, e na implementação de sistemas de suporte à decisão (Business Intelligence) no negócio turístico e hoteleiro. Os alunos aprendem a desenvolver estruturas de dados multidimensionais otimizadas para a análise de grandes volumes de dados históricos, assim como visualizações relevantes para a disseminação da informação e suporte à decisão. Saber especificar e implementar Dashboards interativos como um instrumento para sistematizar informação relevante,

permitir navegar pela estrutura dos dados e por conseguinte uma ferramenta de suporte ao processo de análise dos dados.

4.4.1.7.Observations:

It is a curricular unit that aims to give students skills related to information management, namely in the collection and analysis of large volumes of historical data, and in the implementation of decision support systems (Business Intelligence) in business management. Students learn to develop multidimensional data structures optimized for the analysis of large volumes of historical data, as well as visualizations relevant for disseminating the information and decision support. Learn how to specify and implement interactive Dashboards as a tool to systematize relevant information, to navigate through the data structure and, therefore, to provide a tool to support the process of data analysis.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

José Luís Tavares Pires Dias dos Reis

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No final do semestre, os alunos deverão ter a capacidade de:

O1. Definir os principais conceitos relacionados com Business Intelligence.

O2. Identificar as necessidades dos utilizadores dos sistemas de Business Intelligence de uma organização turística e/ou hoteleira.

O3. Produzir relatórios de avaliação dos sistemas de Business Intelligence implementados numa organização.

O4. Conceptualizar sistemas de Business Intelligence de acordo com as necessidades identificadas e capacidade de infraestrutura tecnológica, recorrendo a ferramentas de reporting.

O5. Identificar as principais soluções comerciais ou open source de Business Intelligence e avaliá-las do ponto de vista crítico face às necessidades dos utilizadores e infraestruturas tecnológicas da organização.

O6. Produzir planos de implementação de sistemas de Business Intelligence, com medidas de monitorização da eficácia desses sistemas.

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

By the end of the semester, students should be able to:

O1. Define the key concepts related to Business Intelligence.

O2. Identify the needs of the users of Business Intelligence Systems in a Business Management context

O3. Produce evaluation reports on the Business Intelligence Systems implemented in an organization. O4.

Conceptualize Business Intelligence Systems in alignment with user needs and the capacity of the technological infrastructure, using reporting tools.

O5. Identify the most used Business intelligence solutions, commercial or open source, and evaluate them critically according to their fit to user needs and technological infrastructure.

O6. Produce implementation reports for Business Intelligence Systems, including monitoring actions to ensure their efficacy in the operation phase.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Introdução

Conceitos associados a Business Intelligence (BI) & Business Analytics

Tipos de ferramentas de BI

Sistemas de BI e sua importância para a performance organizacional em gestão de negócios

2. Avaliação de sistemas de BI

Avaliação da infraestrutura tecnológica

Avaliação crítica dos sistemas de BI implementados

Identificação das necessidades dos utilizadores dos sistemas de BI

3. Construção de soluções de análise dos dados com aplicação à gestão de negócios

Levantamento de requisitos e desenho de estruturas de dados multidimensionais

Implementação de estruturas de dados de apoio à decisão

Estudo de conceitos e modelos de apoio à decisão versus sistemas de informação orientados para gestão de dados operacionais

Utilização de ferramentas de monitorização e análise de dados. Aplicação de conhecimentos consolidados sobre boas práticas para a visualização de informação em interfaces do tipo Dashboards

4.4.5.Syllabus:

1. Introduction

Concepts related to Business Intelligence (BI) & Business Analytics

Types of BI Tools

BI Systems and their importance for organizational performance in business management

2. Evaluation of BI Systems

Technological infrastructure assessment

Identification and critical evaluation of BI Systems in the organization

Identification of BI Systems user needs

3. Building Data Analysis Solutions in Business Management

Requirements analysis and multidimensional data structures planning

Implement decision support data structures

Study of decision support concepts and models versus operational data management systems

Use data monitoring and analysis tools. Apply consolidated knowledge and best practices for the visualization of information using a Dashboard interface

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O Tema 1 contribui diretamente para o cumprimento do objetivo O1, permitindo que os alunos aprendam a definir os principais conceitos relacionados com Business Intelligence, a importância dos sistemas de Business Intelligence para a performance de uma organização, e, ainda, que aprendam a explicar e identificar as diferentes tipologias de ferramentas de Business Intelligence utilizadas pelas organizações.

O Tema 2 contribui diretamente para os objetivos O2 e O3, permitindo que os alunos adquiram os conhecimentos subjacentes à avaliação de sistemas de Business Intelligence e à identificação de necessidades dos seus utilizadores, quer ao nível do saber-saber, quer ao nível do saber-fazer.

O Tema 3 contribui diretamente para os objetivos O4, O5 e O6, permitindo que os alunos adquiram os conhecimentos subjacentes à construção de uma solução de Business Intelligence e do plano para a sua implementação, num projeto aplicado à gestão de negócios.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Topic 1 is directly related to the achievement of the learning goals O1 and provides students with the definitions of Business intelligence key concepts, the importance of Business Intelligence Systems for the performance of the organization. It further allows students to develop their ability to explain and identify the different types of Business Intelligence tools used by different organizations.

Topic 2 is directly related to the achievement of the learning goals O2 and O3 and enables students to acquire and apply knowledge about the evaluation of Business Intelligence Systems and the identification of corresponding user needs.

Topic 3 is directly related to the achievement of the learning goals O4, O5 and O6 and allows students to understand how to design and implement a Business Intelligence solution applied to business management.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A presente UC adota os métodos de ensino expositivo, demonstrativo e ativo, suportados por laboratórios de informática. Os estudantes são incentivados a resolver problemas com recurso ao software Power BI, com o intuito de fomentar as práticas de problem solving e aproximar o meio académico da atividade profissional. A interdisciplinaridade é também fomentada, na medida em que potencia a transversalidade dos projetos e promove a motivação.

A avaliação contínua é composta por dois momentos de avaliação individual: a) Quiz Intercalar (30%) e b) Prova Individual Presencial de carácter prático (70%), de acordo com o regulamento de avaliação de conhecimentos em vigor. Em alternativa, o modelo de avaliação final consiste na realização de um exame (100%).

No âmbito dos momentos de avaliação, serão considerados exclusivamente os ficheiros submetidos individualmente por cada estudante, em tempo útil, no sistema de suporte pedagógico.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

This course adopts the expository, demonstrative and active teaching methods, supported by computer labs. Students are involved in problem-solving activities, using the software Power BI. Hence, it is intended to foster problem-solving practices and to bring academia vocational activities for which the students are being prepared. Interdisciplinary analysis is also encouraged, as it enhances project management methodologies and promotes motivation.

Students are assessed based on the Continuous Assessment model, which consists of two Individual assessment moments: a) Midterm Quiz (30%) and b) Practical test (70%), according to the current assessment regulation. Alternatively, the final evaluation model consists of an exam (100%).

On evaluation moments, only the files submitted individually in the pedagogical support system, in due time, will be accepted.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Na presente unidade curricular, o objetivo prende-se com a obtenção de conhecimentos na utilização de soluções de Business Intelligence (com recurso ao software Power BI), no âmbito das atividades de gestão de negócios. Para tal, recorre-se a uma componente prática-laboratorial ativa, com forte expressão, uma vez que apenas desse modo é possível assegurar uma correta e eficiente aprendizagem e aplicação das funcionalidades práticas que são estudadas.

Dado que os objetivos específicos desta unidade curricular incidem sobretudo na correta utilização de ferramentas informáticas em contexto profissional, conclui-se que as metodologias ativas e de problem solving assumem-se como as mais adequadas, com vista ao cumprimento dos objetivos propostos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

In this course, the goal is to obtain knowledge in the use of Business Intelligence solutions (using Power BI), in the scope of business management activities. To this end, students will have a practical laboratory-active component, with

strong expression, to ensure accuracy and efficiency in the implementation of both the theoretical and practical features studied.

Given that the specific objectives of this course focus mainly on the correct use of IT tools in a professional context, dynamic and problem-solving activities are the most appropriate methodologies.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

CLARK, D. (2017), Beginning Power BI: A Practical Guide to Self-Service Data Analytics with Excel 2016 and Power BI Desktop, 2nd ed., New York, Apress

KNAFLIC, C. (2015), Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals, Wiley

TURBAN, E., SHARDA, R., & DELEN, D. (2014), Decision support and business intelligence systems, Harlow, Pearson.

Mapa IV - Economia

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Economia

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Economics

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

Num Mundo crescentemente globalizado, em que o desempenho económico domina transversalmente o debate público, o estudo da Economia possibilita a compreensão das múltiplas dimensões da atividade económica e as relações com o bem-estar do Homem, o desenvolvimento do espírito crítico sobre as questões económicas, a participação fundamentada nos debates, a intensificação do interesse pelo estudo da ciência económica tendo em vista avaliar as soluções propostas e respetivos impactos e a identificação dos diferentes modelos de mercado, do papel do Estado e das relações internacionais.

Estes objetivos atingem-se dominando os conceitos básicos das ciências económicas, apercebendo o desenho das principais teorias e estimulando a visão de racionalidade e equilíbrio implícitas na explicação dos comportamentos dos agentes económicos.

4.4.1.7. Observations:

In an increasingly globalized world, characterized by a huge economic cross-development that stresses broad public debates, the study of Economics offers us the capacity to realize the different levels of economic activity and their links with human welfare, develops critical points of view about economic issues, enhances informed discussions among stakeholders, promotes growing interest in deepening studies focused in economic science to evaluate different solutions and respective impacts and, finally, permits the identification of diverse market theories, the role of Administration and the understanding of external relations.

Those goals can be accomplished by mastering the basics of economic sciences, realizing the frameworks associated with the main theories, and encouraging the rationality and balance inherent with economic agents' behavior.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Simão Nuno Almeida de Soares Machado

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

OA1.Distinguir o objeto e a metodologia da ciência económica

OA2.Descrever os problemas que se colocam à Economia

OA3.Identificar as diferenças entre Macroeconomia e Microeconomia

OA4.Distinguir os sistemas económicos

OA5.Identificar os fatores que norteiam as decisões dos agentes económicos

OA6.Definir procura de um bem e descrever os fatores que a afetam

OA7.Explicar a racionalidade do comportamento dos produtores

OA8.Descrever o comportamento dos agentes económicos em diferentes formas de mercado

OA9.Caracterizar as variáveis macroeconómicas e as suas relações

OA10.Explicar as formas de medição da atividade económica e distinguir os principais agregados das Contas Nacionais

OA11.Conhecer transações-tipo e principais saldos da Balança de Pagamentos

OA12.Compreender a modelização macroeconómica

OA13.Sensibilização para os principais fenómenos macroeconómicos

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

ILO1.Distinguish the purpose and methodology of economics

ILO2.Describe the problems facing Economics

ILO3.Identify the differences between Macroeconomics and Microeconomics

ILO4.Distinguish economic systems

ILO5.Identify the factors that guide decision-making in perfect competition

ILO6.Define demand and describe its explanatory factors

ILO7.Explain the rationality of the behavior of producers in the market

ILO8.Describe the behavior of economic agents in different market conditions

ILO9.Characterize the macroeconomic variables and the flows established between them

ILO10.Familiarize students with ways of measuring economic activity

ILO11.Know the standard transactions and key account balances of the Balance of Payments

ILO12.Understand macroeconomic modeling and the factors conditioning political decision-making

ILO13.Introduce to students the major macroeconomic events that affect the economic and social life of contemporary societies

4.4.5.Conteúdos programáticos:

ILO1.Distinguish the purpose and methodology of economics

ILO2.Describe the problems facing Economics

ILO3.Identify the differences between Macroeconomics and Microeconomics

ILO4.Distinguish economic systems

ILO5.Identify the factors that guide decision-making in perfect competition

ILO6.Define demand and describe its explanatory factors

ILO7.Explain the rationality of the behavior of producers in the market

ILO8.Describe the behavior of economic agents in different market conditions

ILO9.Characterize the macroeconomic variables and the flows established between them

ILO10.Familiarize students with ways of measuring economic activity

ILO11.Know the standard transactions and key account balances of the Balance of Payments

ILO12.Understand macroeconomic modeling and the factors conditioning political decision-making

ILO13.Introduce to students the major macroeconomic events that affect the economic and social life of contemporary societies

4.4.5.Syllabus:

1. Introduction

2. The Concept of Economics

3. Micro Vs Macro

4. The Economic Problem

5. Economic Systems

6. Demand

7. Supply

8. Market Equilibrium

9. Consumer Theory

10. Producer Theory

11. Market Structure

12. Imperfect Competition

13. Introduction to Macroeconomics

14. Neoclassical and Keynesian Schools of Thought

15. National Accounts

16. The Balance of Payments

17. Keynesian Economics

18. Money, Inflation, and Unemployment

19. Economic Policy

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos contemplados estão estruturados de modo a irem de encontro aos objetivos específicos da UC, na medida em que abordam os aspetos teóricos que estão na base do raciocínio que se pretende que os estudantes desenvolvam, juntamente com a aplicabilidade dos mesmos em contexto profissional.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus is structured to meet the specific objectives of the Curricular Unit, both the theoretical aspects that form the basis of reasoning that students should develop and their applicability in a professional context.

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Metodologias de ensino:

A leção observará preferencialmente o método expositivo recorrendo a meios audiovisuais e bibliografia. Sempre que a compreensão da matéria o justifique os estudantes serão chamados a participar ativamente, designadamente na resolução de exercícios, implicando a exploração bibliográfica.

Metodologias de avaliação:

A avaliação pode ser contínua ou final.

A avaliação contínua, na modalidade bipartida, é composta por 3 momentos de avaliação individual: 1) Um primeiro Teste Avaliação Intercalar (25%); 2) Um segundo Teste Avaliação Intercalar (25%); 3) Uma Prova Individual Presencial, realizada no final do período letivo (50%).

A avaliação final irão os estudantes que tenham optado por esta modalidade ou aqueles que tenham sido reprovados na avaliação contínua.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):**Teaching methodologies:**

The teaching will resort preferentially to the lecture method. Whenever considered advantageous, students will be asked to participate actively. This involves problem-solving and exercises in tutorials.

Evaluation methodologies:

Assessment can be done continuously or through a final examination, leaving the student to decide from which to choose. Continuous assessment consists of three moments of individual assessment: two during the semester and an examination at the end.

The final examination will be attended by students who have opted thereon or by those who have failed the continuous assessment.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O método expositivo é o mais indicado para a economia, excetuando a parte prática que envolve a resolução de exercícios, onde os estudantes são chamados a tentar resolver os problemas de forma autónoma.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The lecture method is the most appropriated for economics and is complemented with tutorials where students are called to try to solve problems independently.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Dornbush, R., Fischer, S., & Startz, R. (2013). Macroeconomia (11.ª Ed). Lisboa, McGraw-Hill.

Frank, R. (2013). Microeconomia e Comportamento (8ª Edição). Lisboa, McGraw-Hill.

Frank, R. H., & Bernanke, B. S. (2012). Princípios de Economia. AMGH Editora.

Gärtner, M. (2016), Macroeconomics (5th Edition). London, Pearson Education.

Mata, J. (2012). Exercícios de Economia da Empresa. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Mata, J. (2013). Economia da Empresa (8ª edição). Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Neves, J. L. C. (2017). Introdução à Economia (11ª Edição). Lisboa, Verbo.

Samuelson, P. e Nordhaus, W. (2011). Economia (19ª Edição). Lisboa, McGraw-Hill.

Tribe, J. (2016). The economics of recreation, leisure and tourism (5ª ed). Oxon, Routledge.

Ucha, I. (2013). Introdução à Economia – Guia de Apoio à «Introdução à Economia» de João César das Neves, Sínteses, Exercícios e Soluções (6ª Edição). Lisboa, Editorial Verbo.

Mapa IV - Fundamentos da Gestão de Negócios**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Fundamentos da Gestão de Negócios

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Business Management Fundamentals

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:*ECG***4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***150***4.4.1.5.Horas de contacto:***42***4.4.1.6.Créditos ECTS:***6***4.4.1.7.Observações:**

As estratégias, as políticas e as atividades de marketing e publicidade nas organizações têm lugar e adequam-se articuladas com as restantes funções. A unidade curricular desenvolve uma perspetiva integrada da gestão das empresas, nas suas diversas interdependências. De forma complementar, teorias, métodos e perspetivas de gestão das organizações são abordadas para habilitar os estudantes com conhecimentos e competências que suportem a sua prática profissional.

4.4.1.7.Observations:

Strategies, policies and marketing and advertising activities in organizations take place and are articulated with the other of the functions. The curricular unit develops an integrated perspective of the management of the companies, in their diverse interdependencies.

Complementarily, theories, methods and perspectives of management of the organizations are approached to provide the students with knowledge and skills that support their professional practice.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Rui Manuel Ribeiro Monteiro***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Compreender os conceitos básicos de gestão empresarial**Adquirir uma visão global dos modelos de gestão das organizações empresariais**Compreender os principais conceitos e métodos no âmbito das funções e processos de gestão**Analisar e agir de forma coordenada sobre as variáveis / funções de gestão e identificar a sua articulação com as variáveis de marketing**Compreender os diversos tipos de estrutura e de empresas que podem ser constituídas***4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***Understand the basics of business management**Acquire a global view of business organization management models**Understand the main concepts and methods within the scope of the functions and management processes**Analyze and act in a coordinated way on management variables / functions and identify their articulation with marketing variables**Understand the different types of structure and companies that can be constituted***4.4.5.Conteúdos programáticos:***Introdução**Teorias Organizacionais*

Planeamento

Empresa: Organização, Processo e Estruturas

Direcção

Motivação

Liderança

Comunicação

Cultura

Controlo: Processo e Técnicas

Gestão de Recursos Humanos

Gestão da Mudança

4.4.5.Syllabus:

Introduction

Organizational Theories

Planning

Company: Organization, Process and Structures

Direction

Motivation

Leadership

Communication

Culture

Control: Process and Techniques

Human Resource Management

Change Management

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Em ligação com as referências bibliográficas, o programa introduz e desenvolve os conceitos básicos de gestão empresarial. Os métodos de gestão são explanados e ligados aos modelos e às teorias organizacionais. Os padrões organizacionais e a sua representação gráfica são introduzidos como forma de melhorar a compreensão das dinâmicas empresariais e do ambiente profissional. Em simultâneo, é realizada uma revisão dos modelos de motivação, liderança e cultura organizacional, permitindo aos estudantes uma visão abrangente das responsabilidades de um gestor.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

In connection with bibliographic references, the program introduces and develops the basic concepts of business management. Management methods are explained and linked to organizational models and theories. Organizational patterns and their graphic representation are introduced as a way to improve understanding of business dynamics and the professional environment. At the same time, a review of the models of motivation, leadership and organizational culture is carried out, allowing the students a comprehensive view of the responsibilities of a manager.

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas são ministradas privilegiando o recurso ao método expositivo, numa perspetiva teórico-prática.

Serão utilizadas as seguintes metodologias na unidade curricular:

Expositiva para apresentação de conceitos e quadros teóricos de referência;

Interrogativa para acompanhamento da avaliação das aprendizagens;

Participativa com análise de casos reais;

Ativa com realização de trabalho de grupo;

Autoestudo, relacionado com o trabalho autónomo do estudante.

A avaliação é contínua, compreendendo dois momentos de avaliação e ponderações:

1 Trabalho de Grupo (50%);

1 Teste escrito – prova final individual, coincidente em calendário letivo com a época normal da avaliação final (50%).

Caso o estudante não seja aprovado no regime de avaliação contínua, a avaliação final por exame, correspondente a 100% da avaliação e é composta por uma prova escrita individual.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Classes are held focusing on the use of the lecture method in a theoretical and practical perspectives. The following methodologies will be used in the curricular unit:

Expositive for presentation of theoretical concepts and frames of reference;

Interrogative to follow the assessment of learning;

Participatory with analysis of real cases;

Active with group work;

Self-study, related to the student's autonomous work.

The evaluation is continuous, comprising the following moments and weights:

1 Group Work with presentation and discussion (50%);

1 Written test – individual final exam, coincident in the academic calendar with the normal period of the final evaluation (50%).

If the student is not approved in the continuous assessment regime, the final assessment by exam, corresponding to 100% of the assessment, is composed of an individual written test.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A unidade curricular em apreço orienta-se para o desenvolvimento da capacidade crítica dos estudantes sobre aspetos fundamentais que caracterizam a gestão empresarial.

Desta forma as metodologias pedagógicas a aplicar são complementadas com:

a análise e discussão de artigos científicos e noticiosos da atualidade e casos de estudo

os estudantes são convidados e motivados a participar ativamente nas aulas, quer através da colocação de dúvidas que tenham ou apresentando casos concretos sobre os quais desejem ser esclarecidos;

O modo de avaliação continua bem como a metodologia pedagógica a levar a cabo permitem alcançar os objetivos de conhecimento que resultam da matéria objeto de estudo, quer em termos teóricos, quer em termos práticos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The curricular unit under consideration is oriented towards the development of students' critical capacity on fundamental aspects that characterize business management.

In this way the pedagogical methodologies to be applied are complemented with:

- the analysis and discussion of topical scientific and news articles and case studies

- the students are invited and motivated to participate actively in the classes, either by putting questions that have or presenting concrete cases on which they wish to be clarified;

The method of evaluation continues, as well as the pedagogical methodology to be carried out, to achieve the objectives of knowledge that result from the subject under study, both in

theoretical terms and in practical terms

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

TEIXEIRA, SEBASTIÃO (2019), *Gestão de Organizações*, Escolar Editora, Lisboa DAVID, BODDY (2005), *Management an Introduction*, Prentice Hall Edition

I. CHIAVENATO (2000), *Administração - Teoria, Processo e Prática*. Mackron Books, S. Paulo FERREIRA, NEVES & CAETANO (2011), *Manual de Psicossociologia das Organizações*, Escolar Editorial. Lisboa

Mapa IV - Direito dos Negócios**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Direito dos Negócios

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Business Law

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

Face à importância crescente da temática do Direito dos negócios, esta unidade curricular visa proporcionar aos estudantes um conjunto de conceitos, fundamentais que lhes permitam conhecer profundamente este ramo do Direito. Em concreto, os estudantes deverão adquirir as competências necessárias para poderem saber distinguir os diferentes conceitos jurídicos e saber aplicá-los na prática.

4.4.1.7. Observations:

Due to the growing importance of Business and Corporate Law, this course aims to provide students with a set of fundamental concepts, hence allowing to gain in-depth knowledge of this subject. Specifically, students will acquire the necessary skills to be able to distinguish between different legal concepts and apply them in practice.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Rui Manuel Saavedra Espinhosa Morais de Carvalho

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- 1. Apreender noções introdutórias de direito empresarial;*
- 2. Compreender a legislação empresarial e o processo de constituição de uma empresa;*
- 3. Identificar e distinguir as diferentes tipologias de contratos;*
- 4. Distinguir responsabilidade civil de responsabilidade criminal;*
- 5. Identificar as diversas relações laborais que podem existir numa empresa;*
- 6. Conhecer as relações de consumo e a defesa dos consumidores, bem como o direito da publicidade;*
- 7. Identificar e distinguir Propriedade industrial de Propriedade intelectual;*
- 8. Conhecer a intervenção do estado na economia, o regime da concorrência e suas modalidades de regulação;*

9. Reconhecer os meios de tutela dos direitos e a função jurisdicional.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Apprehend introductory notions of business law;*
- 2. Understand the business legislation and the process of establishing a company;*
- 3. Identify and distinguish the different types of contracts;*
- 4. Distinguish civil liability from criminal liability;*
- 5. Identify the different labor relations that may exist in a company;*
- 6. Know the consumer relations and consumer protection, as well as the right of advertising;*
- 7. Identify and distinguish Industrial Property from Intellectual Property;*
- 8. Know the state intervention in the economy, the competition regime and its regulation modalities;*
- 9. Recognize the means of rights' protection and the jurisdictional function.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Fontes de Direito e princípios jurídicos fundamentais*
- 2. Formas de constituição de sociedades comerciais. Impacto na tributação do rendimento e do consumo*
- 3. Obrigação e fontes das obrigações; liberdade contratual; contrato do negócio jurídico unilateral*
- 4. Responsabilidade civil e responsabilidade criminal*
- 5. Contrato individual de trabalho e de prestação de serviços; estruturas de representação coletiva; regulamentação coletiva de trabalho; modalidades do contrato de trabalho; antiguidade e categoria profissional; componentes da retribuição, tempo de trabalho, mobilidade geográfica e extinção do contrato de trabalho*
- 6. Garantias do consumidor na compra e venda; direito de arrependimento; cláusulas contratuais gerais; transporte aéreo e livro de reclamações.*
- 7. Propriedade Industrial e Propriedade Intelectual*
- 8. O papel da entidade reguladora da concorrência*
- 9. Meios de tutela dos direitos e a função jurisdicional*

4.4.5. Syllabus:

- 1. Sources of law and fundamental legal principles*
- 2. Forms of incorporation of commercial companies. Impact on taxation of income and consumption*
- 3. Obligation and sources of obligations; contractual freedom; unilateral legal business contract*
- 4. Civil liability and criminal liability*
- 5. Individual employment and service contract; collective representation structures; collective labour regulations; modalities of the employment contract; seniority and professional category; components of remuneration, working time, geographical mobility and termination of employment contract*
- 6. Consumer guarantees on purchase and sale; right of repentance; general contractual terms; air transport and complaints book.*
- 7. Industrial Property and Intellectual Property*
- 8. The role of the competition regulator*
- 9. Means of rights' protection and the judicial function*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As metodologias de ensino e de avaliação destinam-se a desenvolver competências com base no "saber fazer" e a promover uma adequada articulação com as restantes unidades curriculares, com elevada ênfase em processos ativos e participativos. As sessões, para além da componente teórica, revestem-se igualmente de uma importante vertente prática, pelo que se recomenda aos estudantes um uniforme acompanhamento da matéria ao longo do período letivo. A articulação e aplicação dos conceitos teóricos será garantida não só pela exemplificação de situações reais e resolução de casos práticos, mas também através de um trabalho de investigação aplicado a realizar ao longo do semestre. A demonstração da coerência entre os objetivos de aprendizagem (OB) e os conteúdos programáticos (CP) é a seguinte:

OB 1 CP 1

OB 2 CP 2

OB 3 CP 3

OB 4 CP 4

OB 5 CP 5

OB 6 CP 6

OB 7 CP 7

OB 8 CP 8

OB 9 CP 9

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Teaching and assessment methodologies are designed to develop skills based on "know-how" and to promote appropriate articulation with other curriculum units, with a high emphasis on active and participatory processes. In addition to the theoretical component, also have an important practical aspect, and students are therefore recommended to follow the subject uniformly throughout the teaching period. The articulation and application of theoretical concepts will be guaranteed not only by exemplifying real situations and solving practical cases, but also through applied research work to be carried out throughout the semester. The demonstration of the coherence between the learning objectives (OB) and the programme contents (PC) is the following:

OB 1 PC 1

OB 2 PC 2

OB 3 PC 3

OB 4 PC 4

OB 5 PC 5

OB 6 PC 6

OB 7 PC 7

OB 8 PC 8

OB 9 PC 9

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia utilizada deriva da inter-relação entre o método ativo e o método da descoberta, com o objetivo de aumentar a motivação. Através do Método Ativo, conhecido também por ensino participativo, introduz-se uma relação entre quem ensina e quem recebe os ensinamentos, tomando este último um papel mais participativo.

Através do Método da Descoberta, o docente é o agente facilitador da descoberta dos conhecimentos por parte dos estudantes. A par da exposição teórica do programa (método expositivo que valoriza o desenvolvimento oral do assunto), serão utilizados simultaneamente, o método interrogativo e casos práticos que facilitem a visualização da aplicação das ferramentas e conceitos trabalhados do ponto de vista teórico.

Avaliação contínua:

- teste escrito intercalar – 50%

- trabalho de grupo - 25%

- apresentação e discussão – 25%

Avaliação final – 100%

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The methodology used derives from the interrelation between the active method and the discovery method, with the objective of increasing motivation. Through the Active Method, also known as participative teaching, a relationship is introduced between the teacher and the receiver, with the latter taking a more participative role.

Through the Discovery Method, the teacher is the facilitator of the students' discovery of knowledge. Along with the theoretical exposition of the program (expositive method that values the oral development of the subject), the interrogative method and practical cases will be used simultaneously to facilitate the visualization of the application of the tools and concepts worked on from a theoretical point of view.

Continuous evaluation:

- Intermediate Written test – 50%

- Group Assignment work – 25%

- Oral presentation of Group Assignment work – 25%

Final evaluation

- Individual assessment test – 100%

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Teóricas: aulas magistrais, em que a intervenção do docente é gravada, para que o estudante possa aceder quando necessário. Têm uma natureza expositiva.

Teórico-práticas: pretendem orientar a aprendizagem do estudante e propiciar situações em que o estudante possa compreender a aplicação do conhecimento a situações concretas. Os estudantes são chamados a desenvolver/completarem atividades letivas e delas receberem feedback.

Orientação tutorial: visa-se a orientação do estudo e dos trabalhos a desenvolver, bem como o esclarecimento de dúvidas/a receção de feedback sobre as atividades de avaliação.

Trabalho autónomo: pretende-se propiciar situações em que o estudante possa aplicar o conhecimento a situações concretas, que possibilitarão a realização de avaliação.

A UC é organizada de modo a que os objetivos e as atividades que o estudante deve desenvolver estejam claramente identificadas e organizadas. No que toca aos objetivos, esta UC disponibiliza: 1) texto com enunciação dos objetivos; 2) vídeo de apresentação da UC; 3) mapa conceptual e 4) guia de aprendizagem.

As ferramentas “Course Reports” e “Performance Dashboards” são muito importantes, pois permitirão ao estudante acompanhar o seu desenvolvimento face aos objetivos de aprendizagem estabelecidos para a UC; ao docente permitirá fazer um acompanhamento personalizado aos estudantes, permitindo também desenvolver estratégias pedagógicas para os módulos em que os estudantes tenham maiores dificuldades em atingir os objetivos fixados. Deste modo, assegura-se que os objetivos desta UC são plenamente cumpridos, através de instrumentos de monitorização e feedback regular e de retroação pedagógica.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The contact strategy is as follows:

Theoretical classes: magisterial classes, in which the teacher's intervention is recorded, so that the student can access when necessary. They have an expository nature.

Theoretical and practical classes: aim to guide student learning and provide situations in which the student can understand the application of knowledge to concrete situations. The students are required to develop / complete teaching activities and receive their feedback.

Tutoring: aims to guide the study and the work to be done, as well as the explain doubts / receive feedback about the assessments.

Autonomous work: it is intended to provide situations in which the student can apply knowledge to concrete situations, which will enable the performance of assessment.

The UC is organized so that the objectives and activities that the student must develop are clearly identified and organized. About the objectives, this UC provides: 1) text with the learning outcomes; 2) UC presentation video; 3) concept map and 4) learning guide.

The “Course Reports” and “Performance Dashboards” tools are very important, as they will allow the student to monitor their development in view of the learning objectives established for the UC; to the teacher, it will allow a personalized accompaniment to the students, allowing also to develop pedagogical strategies for the modules in which the students have greater difficulties in reaching the established objectives. Thus, it is ensured that the objectives of this UC are fully met, through regular monitoring and pedagogical feedback.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Amado, J. (2020). Contrato de Trabalho (3.ª Edição). Editora Almedina, Coimbra. ISBN: 9789724080147

Cunha, P. (2019). Direito das Sociedades Comerciais (7.ª Edição). Editora Almedina, Coimbra. ISBN: 9789724079646

Gonçalves, L. (2019). Manual de Direito Industrial (8.ª Edição). Editora Almedina, Coimbra. ISBN: 9789724078243

Martinez, P., Monteiro, L., Vasconcelos, J., Brito, P., Dray, G., & Silva, L. (2020). Código do Trabalho Anotado (13.ª edição). Editora Almedina, Coimbra. ISBN:9789724082585

Vieira, I. (2020). Guia Prático do Direito Comercial (5.ª Edição). Editora Almedina, Coimbra. ISBN: 9789724085159

Constituição da República Portuguesa

Código Civil

Código das Sociedades Comerciais

Legislação avulsa

Mapa IV - eBusiness e Marketing Digital

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

eBusiness e Marketing Digital

4.4.1.1. Title of curricular unit:

eBusiness and Digital Marketing

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

Mkt

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

No contexto empresarial, o Marketing Digital representa uma área relevante, que exige o domínio de ferramentas de marketing com recurso à Internet.

A Era do Digital é uma realidade a que empresas e profissionais não podem ficar indiferentes. Garantir a competitividade e o sucesso das organizações, passa impreterivelmente pelo conhecimento das poderosíssimas ferramentas de marketing e de comunicação que a Internet disponibiliza, para as quais os profissionais têm de estar sensibilizados, de forma a poderem utilizá-las da melhor maneira, na prossecução dos objetivos das organizações de que fazem parte.

4.4.1.7. Observations:

In the business context, digital marketing represents a relevant area, which requires the mastery of marketing tools using the Internet.

The Digital Age is a reality that companies and professionals cannot remain indifferent to. Ensuring the competitiveness and success of organizations requires knowledge of the powerful marketing and communication tools that the Internet offers, for which professionals must be aware, so that they can use them in the best way, in pursuit of the objectives of the organizations of which they are part.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Karla Karina de Oliveira Menezes

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

1. Compreender as potencialidades da Internet

2. Compreender como o e-commerce pode ser potenciado no desenvolvimento de uma estratégia

3. Compreender a integração do Comércio On-line no contexto do marketing

4. Compreender o que são canais de distribuição na Internet, como funcionam e como os podemos utilizá-los para chegar junto do cliente

5. Monitorizar e mensurar resultados para otimizar a estratégia de e-commerce

6. Compreender a importância da Web, das Redes Sociais e da Blogosfera

7. Compreender e relacionar conceitos com práticas de sucesso na Internet, através da análise de casos concretos que possam servir de exemplos positivos e negativos

8. Compreender a importância do Internet Marketing na gestão dos negócios

9. Definir o papel do Internet Marketing nas empresas

10. Perceber as especificidades dos conceitos estratégicos base de Marketing em ambientes digitais

11. Compreender e explorar algumas ferramentas orientadas para a nova realidade dos negócios web

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. Know the potentialities of the Internet

2. Understand how e-commerce can be leveraged in the development of a strategy

3. Understand the integration of On-line Commerce in the marketing context

4. Understand what Internet distribution channels are, how they work and how we can use them to reach the customer

5. Monitor and measure results to optimize the e-commerce strategy

6. Understand the importance of Web, Social Networks and the Blogosphere

7. Understand and relate concepts with successful practices on the Internet, through the analysis of concrete cases that can serve as positive and negative examples

8. Understand the importance of Internet Marketing in business management

9. Define the role of Internet Marketing in companies

10. Understand the specificities of the basic strategic concepts of Marketing in digital environments

11. Understand and explore some tools oriented to the new reality of web business

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Conceitos Gerais Internet

Definições de B2B; B2C, G2C, C2C

E-BUSINESS

2. Comércio Eletrónico

Os elementos chave que suportam o CE

O papel estratégico do e-commerce

3. Integração do Negócio On-Line Travel

4. Canais Distribuição and Dynamic Packages

E-tailoring

CRS – 3rd Parties

OTAs

5. Distribuição Direta

SEO (search Engine Optimization)

SEM (search Engine Marketing)

PPC – Pay per Click Campaign

PPV – Pay Per view

6. O Prossumidor

Comportamento na Internet

Ciclo de vida do consumidor

7. Monitorizar e Mensurar Resultados para otimizar a estratégia de e-commerce

SEO Trends

Tracking

Web analytics

8. Características, Evolução e Principais diferenças da WEB

9. Redes Sociais e Profissionais e a Blogosfera

O networking como ferramenta de web marketing para potenciar a venda

10. Contexto de E-marketing e E-Business

11. O Internet Marketing Mix

12. Outras ferramentas e perspetivas para os negócios no Sec. XXI

4.4.5.Syllabus:

1. General Internet Concepts

Definitions of B2B; B2C, G2C, C2C

E-BUSINESS

2. E-Business

The key elements that support EC

The strategic role of e-commerce

3. On-Line Travel Business Integration

4. Channels Distribution and Dynamic Packages

E-tailoring

CRS - 3rd Parties

OTAs

5. Direct Distribution

SEO (search engine optimization)

SEM (search engine marketing)

PPC - Pay per Click Campaigning

PPV - Pay Per View

6. The prosumer

Internet behavior

Consumer life cycle

7. Monitor and Measure Results to optimize the e-commerce strategy

SEO Trends

Tracking

Web analytics

8. Characteristics, Evolution and Key Differences of the WEB

9. Social and Professional Networks and the Blogosphere

Networking as a web marketing tool to enhance sales

10. E-marketing and E-Business context

11. The Internet Marketing Mix

12. Other tools and perspectives for business in the 21st century

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os 4 primeiros objetivos prendem-se com a introdução de conceitos relacionados com a Internet e com o online, uma vez que esta disciplina irá incidir neste tipo de conteúdos

Os objetivos 4 e 5 são claramente operacionais – aprender a manusear um CRS e perceber como funciona a atual intermediação. Os players sofreram alterações e, portanto, há novos canais de distribuição que importa conhecer e dominar. O objetivo 7 prende-se com o novo consumidor e a sua categorização – a sua segmentação, hábitos, decisão de compra fazem parte uma nova realidade. Concluimos os objetivos 7 com uma categorização exaustiva das Redes Sociais e do fenómeno da Web. Em relação aos objetivos 8, 9, 10 e 11, são atingidos através de todos os conteúdos programáticos.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The first 4 objectives are related to the introduction of concepts related to the Internet and online, since this course will focus on this type of content

Objectives 4 and 5 are clearly operational - learn how to handle a CRS and understand how the current intermediation works. The players have changed and, therefore, there are new distribution channels that must be understood and mastered. Objective 7 is about the new consumer and his categorization - his segmentation, habits, buying decisions are part of a new reality. We conclude objectives 7 with an exhaustive categorization of Social Networks and the Web phenomenon. In relation to objectives 8, 9, 10 and 11, they are achieved through all the programmatic contents.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Metodologias de Ensino:

Leção de carácter teórico-prático e em orientação tutorial. São utilizados os seguintes métodos pedagógicos: Método Expositivo; Método Ativo.

Metodologias de Avaliação:

– Regime de Avaliação Contínua. Existe o pré-requisito de assiduidade previsto superiormente, havendo dois momentos de avaliação: Prova Escrita (PE), com a ponderação de 50% na média final da UC; Prova de Frequência com ponderação de 50%

– Regime de Avaliação Final. Neste regime, não existe o pré-requisito de assiduidade e existe apenas um momento de avaliação, que consiste numa Prova Escrita de Exame, incidindo sobre a totalidade dos conteúdos lecionados na UC, e que tem a ponderação de 100% na média final da UC.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):*Teaching methodologies:*

Theoretical, practical, and tutorial. The following teaching methods are used: Expository Method; Active method.

Evaluation methodologies:

- Continuous Assessment. There is the expected attendance prerequisite, with two assessment moments: Written-test (WT), weighting 50% on the final grade of the curricular unit; final Written-test weighting 50% of the final grade;

- Final Evaluation. In this system, there is no attendance prerequisite and there is only one moment of evaluation, consisting of a Written final exam, covering all of the contents, weighing 100% in the final grade of the curricular unit.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Ao longo do semestre é usado o método expositivo, onde são explanados diferentes conceitos sobre a Internet, o comércio eletrónico, os novos canais distribuição direta: SEM e SEO e o método ativo, onde se colocam em prática vários exercícios executados pelos alunos e com correção conjunta no final. Analisam-se vários websites para ver a sua performance nos motores de busca. São debatidas várias questões e temáticas da atualidade, que contribuem para o envolvimento dos alunos e para a sua avaliação contínua.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Throughout the semester the expository method is used, where different concepts are explained about the Internet, e-commerce, the new direct distribution channels: SEM and SEO and the active method, where several exercises are put into practice performed by students and with joint correction at the end. Several websites are analyzed to see how they perform in search engines. Several current issues and themes are discussed, which contribute to the involvement of students and their continuous assessment.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Beynon-Davies, P. (2012). EBusiness. Macmillan International Higher Education

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson UK

Grefen, P. (2015). Beyond E-business: towards networked structures. Routledge

Kingsnorth, S. (2019). Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page Publishers

Kozinets, R. V. (2019). Netnography: The essential guide to qualitative social media research. Sage

Lauden, Kenneth C.; TRAVER, Carol Guercio (2021). E-commerce 2021-2022: business, technology, society. 17th ed: Prentice Hall

Xu, J., & Gao, X. Z. (2021). E-business in the 21st Century: Essential Topics and Studies (Vol. 7). World Scientific

Mapa IV - Estratégia de Negócios e Transformação Digital**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Estratégia de Negócios e Transformação Digital

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Digital Transformation and Business Strategy

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

A UC possui um carácter agregador de conhecimentos provenientes das diferentes áreas de especialização do curso, fornecendo os critérios de análise, avaliação e decisão em contexto competitivo quanto à direção a seguir pelas empresas por forma a sustentar o sucesso dos seus negócios.

4.4.1.7.Observations:

The course is built up as an aggregator of the types of knowledge addressed in the multiple specialization areas comprised by the program, supplying the analytical, evaluation and decisional criteria to be used in a competitive context regarding the direction to be followed by firms to sustain their business success.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Mafalda Cristina de Oliveira Pinto Coelho Nogueira

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

OA1. Compreender a dinâmica de competição empresarial num contexto aberto, globalizado e em mudança

OA2. Compreender os mecanismos que promovem a capacidade das empresas em sobreviver e em obterem sucesso num tal contexto

OA3. Identificar, analisar e compreender o impacto dos processos de competição, das dinâmicas da indústria e das macro variáveis que influenciam os graus de liberdade das empresas nas suas escolhas de possíveis cursos de ação

OA4. Compreender os processos de desenvolvimento de competências em domínios chave da competição com o propósito de desenvolver vantagens competitivas sustentáveis

OA5. Compreender o impacto dos sistemas de informação na estratégia empresarial, bem como compreender o seu papel nos processos de transformação digital

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

OA1. Compreender a dinâmica de competição empresarial num contexto aberto, globalizado e em mudança

OA2. Compreender os mecanismos que promovem a capacidade das empresas em sobreviver e em obterem sucesso num tal contexto

OA3. Identificar, analisar e compreender o impacto dos processos de competição, das dinâmicas da indústria e das macro variáveis que influenciam os graus de liberdade das empresas nas suas escolhas de possíveis cursos de ação

OA4. Compreender os processos de desenvolvimento de competências em domínios chave da competição com o propósito de desenvolver vantagens competitivas sustentáveis

OA5. Compreender o impacto dos sistemas de informação na estratégia empresarial, bem como compreender o seu papel nos processos de transformação digital

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Estratégia: Origens, Evolução e Atualidade. Conceito e Classificações

2. Objetivos, valores e performance

3. Os fundamentos da análise da indústria

4. Análise de recursos e capacidades

5. Natureza e Fontes da Vantagem Competitiva

6. Evolução da Indústria

7. Indústrias baseadas em tecnologia e inovação

8. Crescimento do Negócio – modelo de Ansoff

9. Integração vertical, Fusões e Aquisições e Alianças: estratégia corporativa

10. Diversificação da estratégia

11. Análise de Portfólios

12. Tendências atuais em gestão estratégica

13. Transformação Digital nas Organizações

13.1. Conceitos chave em transformação digital

13.2. Gestão Estratégica de Sistemas de Informação

13.3. Gestão do Conhecimento e Big Data

13.4. Liderança e Gestão da Mudança em contextos digitais

4.4.5.Syllabus:

1. Strategy: Origins, Evolution, and Present. Concept and Classifications

2. Objectives, values, and performance

3. The fundamentals of industry analysis

4. Analysis of resources and capabilities

5. Nature and Sources of Competitive Advantage

6. Evolution of the Industry

7. Industries based on technology and innovation

8. Business Growth – Ansoff model

9. Vertical integration, mergers, and acquisitions, alliances: corporate strategy

10. Diversification strategy

11. Portfolio Analysis

12. Current trends in strategic management

13. Digital Transformation in Organizations

13.1. Key concepts in digital transformation

13.2. Strategic Information Systems Management

13.3. Knowledge Management and Big Data

13.4. Leadership and Change Management in digital contexts

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

a. Os conteúdos programáticos da UC estão estruturados de modo a promover a aquisição e o desenvolvimento das competências propostas nos objetivos desta UC.

b. Os vários temas abordados na UC seguem uma sequência lógica, que associa, sempre que possível e adequado, a componente teórica à componente prática.

c. Parte-se de um essencial enquadramento teórico à área de conhecimento adstrita, sendo que depois se procede ao aprofundamento dos outros conteúdos programáticos da UC, de forma sequencial, mas concorrente, permitindo-se, nesse ensejo, a ligação e a complementaridade entre conteúdos.

d. OA1 - CP1, CP2, CP3; OA2 – CP4, CP5; OA3 – CP3, CP7, CP8; OA4: CP10, CP11, CP12; OA5: CP13, CP13.1, CP13.2, CP13.3, CP13.4

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

a. The syllabus is structured to promote the acquisition and development of skills related to the proposed objectives of this course.

b. The various topics covered follow a logical sequence, which associates, whenever possible and appropriate, the

theoretical to the practical component.

c. The curricular unit begins with a theoretical framework and proceeds to deepen the other contents of the syllabus, sequentially but concurrently, enabling the intended contents' complementarity.

d. ILO1 - S1, S2, S3; ILO2 – S4, S5; ILO3 – S3, S7, S8; ILO4: S10, S11, S12; ILO5: S13, S13.1, S13.2, S13.3, S13.4

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Metodologias de Ensino:

Lecionação de carácter teórico-prático e em orientação tutorial. São utilizados os seguintes métodos pedagógicos: Método Expositivo; Método Demonstrativo; Método Interrogativo; Método Ativo.

Metodologias de Avaliação:

– Regime de Avaliação Contínua. Existe o pré-requisito de assiduidade previsto superiormente, havendo dois momentos de avaliação: Prova Escrita (PE), com a ponderação de 50% na média final da UC; Prova de Frequência com ponderação de 50%

– Regime de Avaliação Final. Neste regime, não existe o pré-requisito de assiduidade e existe apenas um momento de avaliação, que consiste numa Prova Escrita de Exame, incidindo sobre a totalidade dos conteúdos lecionados na UC, e que tem a ponderação de 100% na média final da UC.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Teaching methodologies:

Theoretical, practical, and tutorial. The following teaching methods are used: Expository Method; Demonstrative method; Interrogative method; Active method.

Evaluation methodologies:

- Continuous Assessment. There is the expected attendance prerequisite, with two assessment moments: Written-test (WT), weighting 50% on the final grade of the curricular unit; final Written-test weighting 50% of the final grade;

- Final Evaluation. In this system, there is no attendance prerequisite and there is only one moment of evaluation, consisting of a Written final exam, covering all of the contents, weighing 100% in the final grade of the curricular unit.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

a. A apresentação e análise dos vários pontos do programa respeita uma sequência equilibrada pela associação do carácter teórico-prático com a promoção de discussão de casos que suportam cada ponto do programa

b. Os métodos pedagógicos aplicados na UC (Método Expositivo, Método Demonstrativo, Método Interrogativo e Método Ativo) são concorrentes com os objetivos da UC, permitindo-se lecionar com consistência todos os conteúdos programáticos da UC.

c. As metodologias de ensino utilizadas na UC conferem a necessária adequabilidade para uma aprendizagem consistente e esclarecedora, o que permite posteriormente uma avaliação de conhecimentos rigorosa e objetiva.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

a. The presentation and analysis of the various aspects of the syllabus correspond to a balanced sequence between the theoretical and the practical classes with the discussion of cases for each point of the unit program.

b. The teaching methods applied in the curricular unit (Expository Method, Demonstrative Method, Interrogative Method, and Active Method) are concurrent with the objectives of the curricular unit.

c. The teaching methodologies provide the necessary adequacy for consistent and illuminating learning, allowing further evaluation of knowledge through accurate and objective practices.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Fenton, A. (2019). Strategic Digital Transformation: A Results-Driven Approach. London: Routledge

Grant, R. M. (2016). Contemporary Strategy Analysis, 10th Edition, Chichester, John Wiley & Sons

Laudon, K., & Laudon, J. (2020). Management Information Systems: Managing the Digital Firm, 16th Edition. London: Pearson

Viardot, E. (2017). The Timeless Principles of Successful Business Strategy. Springer

Wheelen, T. L., Hunger, J.D., Hoffman, A. N. & Bamford, C.E. (2018). Strategic Management and Business Policy. Pearson

Mapa IV - Métodos de Previsão**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Métodos de Previsão

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Forecasting Methods

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MEQ

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

A unidade curricular é uma introdução à econometria e visa fornecer aos estudantes capacidade de leitura, interpretação e avaliação de resultados econométricos elementares, assim como de produção de resultados empíricos.

4.4.1.7.Observations:

The curricular unit is an introduction to econometrics and aims to provide the students with the ability to read, interpret, and evaluate elementary econometric results, and also to produce empirical results.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Miriam Taís Salomão

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

A UC é uma introdução à econometria e tem como objetivos a aquisição pelos estudantes de capacidade de leitura, interpretação e avaliação de resultados econométricos elementares, assim como de produção de resultados empíricos. É privilegiado o pendor operacional da formação.

Com a conclusão da unidade curricular, os estudantes devem ser capazes de:

1. Competências específicas da unidade curricular

a) Demonstrar compreensão básica dos conceitos estatísticos e econométricos fundamentais

b) Selecionar e usar técnicas de regressão sob variadas hipóteses no contexto de problemas surgindo na área de econometria

c) Usar o programa SPSS na computação de resultados empíricos

d) Elaborar e apresentar um relatório de estudo econométrico

2. Competências específicas da disciplina

a) Demonstrar capacidade verbal e de intuição gráfica

b) Demonstrar capacidade matemática e computacional

3. Competências pessoais

a) Demonstrar numeracia, e capacidade analítica e de resolução de problemas

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The course is an introduction to econometrics and aims to provide the students with the ability to read, interpret, and evaluate elementary econometric results, and also to produce empirical results. The emphasis is put on operationalising the econometrical knowledge.

On completion of the curricular unit, students should be able to:

1. Module specific skills

a) Demonstrate a basic understanding of core statistical and econometrical concepts;

b) Select and use regression techniques under a variety of statistical assumptions in the context of problems arising in

the field of econometrics;

c) Use the software SPSS to compute empirical results;

d) Elaborate and present an econometrical report;

2. Discipline specific skills

a) Demonstrate verbal and graphical intuition skills;

b) Demonstrate mathematical and computational skills;

3. Personal skills

a) Demonstrate numeracy, and analytical and problem-solving skills.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

0 Conceitos básicos de estatística

1 O modelo de regressão linear simples: O modelo; OLS; Forma funcional; Média e variância dos estimadores OLS; Modelo contendo a origem

2 Análise de regressão múltipla - Estimação: O modelo; Média e variância dos estimadores OLS; O teorema Gauss-Markov

3 Análise de regressão múltipla - Inferência: Distribuições amostrais dos estimadores OLS; Testes sobre parâmetros; Intervalos de confiança; Testes sobre combinações lineares de parâmetros

4 Propriedades assintóticas do OLS: Consistência; Normalidade e inferência para grandes amostras; Eficiência

5 Previsão e tópicos complementares: Formas funcionais complexas; R-quadrado ajustado; Previsão

6 Variáveis artificiais: Variáveis artificiais binárias; Dados qualitativos com vários níveis; Interação; Modelo linear de probabilidade

7 Heteroscedasticidade: Consequências; Inferência robusta; Testes à heteroscedasticidade; Estimação WLS

8 Tópicos adicionais: Má especificação; Variáveis proxy; Missing-values e outliers

4.4.5. Syllabus:

0. Statistical background

1. The simple regression model: The model; OLS; Functional form; Mean value and variance of the OLS estimators; Zero intercept model

2. Multiple regression analysis - Estimation: The model; Mean value and variance of the OLS estimators; The Gauss-Markov theorem

3. Multiple regression analysis - Inference: Sampling distributions of the OLS estimators; Tests about single parameters; Confidence intervals; Tests about linear combinations of parameters

4. OLS asymptotics: Consistency; Normality and large sample inference; Efficiency

5. Prediction and further issues: Complex functional forms; Adjusted R-squared; Prediction

6. Dummy variables: Single dummy variables; Multi-level qualitative data; Interactions; Linear probability model

7. Heteroscedasticity: Consequences; Heteroscedasticity-robust inference; Testing heteroscedasticity; WLS estimation

8. Additional topics: Misspecification; Proxy variables; Missing and outliers

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

No tópico 1 é apresentado o modelo de regressão linear simples. Os tópicos 2 a 3 abordam temas fundamentais do OLS para o modelo de regressão múltipla: estimação e inferência. No tópico 4 são apresentadas as propriedades assintóticas do modelo. Os tópicos restantes tratam temas complementares como previsão, modificações na forma funcional, comparação de modelos encaixados, inclusão de variáveis artificiais e heteroscedasticidade. É ainda apresentado um modelo de escolha discreta muito simples.

São, assim, cobertos os temas standard de uma formação econométrica básica, em concordância com as competências específicas a) e b) a conferir pela unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Topic 1 presents the simple regression model. Topics 2 and 3 introduce the fundamental themes of the OLS for the multiple regression model: estimation and inference. Topic 4 deals with the model asymptotics. The remaining topics approach complementary themes such as prediction, functional form modifications, comparison between nested models, the inclusion of dummy variables, and heteroscedasticity. Also, a very simple discrete choice model is presented.

The core themes of an introductory education in econometrics are thus covered. This agrees with the specific skills a) and b) to be conferred by the module.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A lecionação compreende aulas de tipo teórico e de tipo prático. A natureza teórica dominante no início do curso visa estabelecer as bases científicas da disciplina. Com a progressão da aprendizagem, são os objetivos empíricos que prevalecem: o enfoque transfere-se para a resolução de exercícios, com extensivas aplicações em SPSS, em

laboratório de informática, e interpretação dos resultados produzidos.

A avaliação contínua inclui: (1) Trabalho em grupo de análise de dados com SPSS, com elaboração de relatório e sua discussão (50%) e (2) Teste cobrindo todo o programa (50%).

São avaliados por exame final os estudantes que assim optarem assim como aqueles que não tenham sido aprovados em avaliação contínua. O exame inclui uma prova escrita (50%) e uma prova prática em computador com utilização do SPSS (50%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The unit's lecturing comprises both theoretical sessions and more practical sessions. The theoretical component prevails during the first weeks, where the discipline scientific ground is established. However, as the learning process progresses, the empirical objectives prevail: the emphasis is put on solving exercises with extensive use of SPSS, in computer lab, and interpretation of the outcomes.

The continuous assessment includes: (1) Group project concerning the econometrical analysis of a data set with SPSS, and production and discussion of the corresponding report (50%) and (2) Final written test covering the whole syllabus (50%).

A student takes the final exam if he/she chooses so or if he/she failed to pass the continuous evaluation process. The exam includes a written test (50%) and a practical exercise on a computer with the use of SPSS (50%)

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino, pondo ênfase na resolução de exercícios e na obtenção de resultados empíricos com recurso ao programa SPSS, concorre para a conferência das competências específicas da unidade curricular a) a c).

A elaboração em grupo e discussão de um relatório de análise econométrica, como parte da avaliação contínua, concorre para a obtenção das competências específicas da unidade curricular a) a d).

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodology, putting emphasis on solving exercises and on producing empirical results with the use of the program SPSS, competes for conferring the module specific skills a) to c).

The group project, aiming at the econometrical analysis of a data set with production and discussion of the corresponding report, competes for conferring the module specific skills a) to d).

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Asteriou, D., & Hall, S. G. (2015). Applied econometrics. Macmillan International Higher Education
Caiado, J. (2016). Métodos de previsão em gestão - com aplicações em Excel, 2ª Ed., Edições Sílabo. (658.8ESA.25.1.2ed)
GREENE, William H. — Econometric analysis. 7th ed. Pearson International Edition, 2012
Marôco, J. (2014). Análise Estatística com o SPSS Statistics, 6ª Ed., Report Number (519.2ESA.26.6ed)
Min, C. K. (2019). Applied econometrics: a practical guide. Routledge.
Russel, R. & Taylor, B. W. (2014). Operations Management: Creating value along Supply Chain, Wiley
Taha, H. A. (2017). Operations Research, 10th Ed., Prentice-Hall (519.8ESA.8.10ed)

Mapa IV - Análise Financeira

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Análise Financeira

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Financial Analysis

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

Pretende-se nesta Unidade Curricular salientar a importância da Análise Financeira na empresa, bem como promover uma base teórico-prática, em particular através do cálculo e interpretação de rácios. Adicionalmente, pretende-se desenvolver a capacidade técnica e analítica para aplicar um conjunto de instrumentos de análise financeira no processo de decisão empresarial.

4.4.1.7.Observations:

This Curricular Unit intends to highlight the importance of Financial Analysis in the company, as well as promoting a theoretical and practical basis, in particular through the calculation and interpretation of ratios. Additionally, it is intended to develop the technical and analytical capacity to apply a set of instruments of financial analysis in the business decision process.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Carlos Augusto Sousa Abrunhosa de Brito

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Iniciar os estudantes nos principais conceitos e teorias da Análise Financeira.

Compreender a importância da Análise Financeira na empresa.

Conhecer um conjunto de instrumentos, métodos e técnicas de análise financeira e sua integração no processo de decisão empresarial, designadamente a análise financeira de empresas, a análise de risco e rentabilidade, o planeamento financeiro e a gestão equilibrada dos recursos financeiros.

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Understand the main concepts and theories in Finance.

Understand the importance of Finance in modern organizations.

Know students with the knowledge of specific tools and techniques that allows them to develop financial analysis, risk and return analysis and financial planning.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1.Introdução e Conceitos Fundamentais

1.1.Enquadramento dos documentos contabilísticos na ótica da Gestão Financeira

1.2.Gestão Financeira versus Análise Financeira

2.Análise Financeira

2.1.Equilíbrio Financeiro de Curto Prazo ou conjuntural

2.2.Equilíbrio Financeiro de Médio e Longo Prazo ou estrutural

2.3.O método dos rácios. Análise económica e financeira

2.4.Análise CPV

2.5.Análise de Rentabilidade

2.6.Análise dos Fluxos de Caixa

3.O Método Orçamental

3.1.O modelo integrado

3.2.Orçamento económico e orçamento financeiro

3.3.Planeamento Financeiro de Curto Prazo

3.4.Planeamento Financeiro de Médio e Longo Prazo**4.O Relatório Financeiro****4.1.Objetivos e diferentes destinatários****4.2.O rating e o scoring empresariais.****4.4.5.Syllabus:****1.Introduction and Fundamentals****1.1.Integration of Accounting documents in Financial Management****1.2.Financial Management versus Financial Analysis****2.Financial Analysis****2.1.Short Term Equilibrium****2.2.Medium and Long Term Equilibrium****2.3.Ratio Analysis****2.4.Cost-Volume-Profit Analysis****2.5.Profitability Analysis****2.6.Cash Flow Analysis****3.Financial Planning****3.1.An integrated planning model****3.2.Operating and Financial Planning****3.3.Short Term Financial Planning****3.4.Medium and Long Term Financial Planning****4.Financial reporting****4.1.Objectives and end users****4.2.Rating and Scoring****4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

O plano de estudo preenche, em módulos sucessivos e complementares, os objetivos programáticos.

O capítulo inicial destina-se a integrar os estudantes nos objetivos do programa, e a fazer a ligação com disciplinas e técnicas aprendidas em disciplinas precedentes, designadamente a contabilidade.

O segundo capítulo introduz o tema da análise financeira e da utilização de documentos contabilísticos nesta abordagem, procurando desenvolver a capacidade dos estudantes de entenderem a situação financeira da empresa e desenvolverem técnicas de análise.

O terceiro capítulo pretende desenvolver capacidades de previsão e de planeamento, desenvolvendo a capacidade de os estudantes, a partir da análise passada, desenvolverem mecanismos de análise prospetiva. Por fim, o último capítulo procura desenvolver capacidades de reporting.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus is established in order to achieve the program objectives in a sequential and complementary way.

Chapter One introduces students to the course objectives and establishes the link both with other subjects and with previously acquired knowledge, namely on Accounting.

Chapter Two introduces financial analysis and the use of accounting documents in this framework. It aims at allowing students to understand the financial situation of a company and to develop analytical skills.

Chapter Three intends to develop planning competences and skills that allow students to understand the present situation and expand prospective analysis. Finally, the last chapter intends to develop reporting skills.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aplicam-se metodologias mistas: exposição teórica acompanhada com exemplos práticos de aplicação à realidade e realização de exercícios individuais ou em grupo, constituindo métodos baseados na experiência. A avaliação pode ser contínua ou final. A avaliação contínua é composta por 2 momentos de avaliação individual: 1) teste intermédio (50%), 2) Frequência (50%). A exame final irão os estudantes que tenham optado por esta situação ou aqueles que tenham sido aprovados na avaliação contínua.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Mixed methodologies are applied: theoretical classes based on practical examples applied to current situations; individual and group practical assignments, including methods based on experience. The evaluation of the unit may be continuous or final, depending on the students' decision. The continuous evaluation consists of two individual evaluation assignments: one in the middle of the term (50%) and the other at the end of the term (50%). The final exam will be taken by those students who have opted for this assessment process or by those who have not completed the continuous evaluation process successfully.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A avaliação contínua permite aos alunos uma maior exposição às matérias ministradas e à sua aplicação prática. Além disso, confere-lhes a possibilidade de testarem os seus conhecimentos de forma mais regular, conduzindo a uma maior exigência e a resultados mais consistentes.

A estratégia de contacto é a seguinte:

-Teóricas: aulas magistrais, em que a intervenção do docente é gravada, para que o estudante possa aceder quando necessário.

-Teórico-práticas: pretendem orientar a aprendizagem do estudante e propiciar situações em que o estudante possa compreender a aplicação do conhecimento a situações concretas. Os estudantes são chamados a resolverem exercícios práticos e deles receberem feedback.

-Orientação tutorial: visa-se a orientação do estudo e dos trabalhos a desenvolver, bem como o esclarecimento de dúvidas e a receção de feedback sobre as atividades de avaliação formativa e/ou sumativa.

-Trabalho autónomo: pretende-se propiciar situações em que o estudante possa aplicar o conhecimento a situações concretas, que possibilitarão a realização de avaliação formativa e sumativa.

A UC é organizada de modo a que os objetivos e as atividades que o estudante deve desenvolver estejam claramente identificadas e organizadas. No que toca aos objetivos, esta UC disponibiliza: 1) texto com enunciação dos objetivos; 2) apresentação da UC; 3) mapa conceptual e 4) guia de aprendizagem.

As ferramentas “Course Reports” e “Performance Dashboards” são muito importantes, pois permitirão ao estudante acompanhar o seu desenvolvimento face aos objetivos de aprendizagem estabelecidos para a UC; ao docente permitirá fazer um acompanhamento personalizado aos estudantes, permitindo também desenvolver estratégias pedagógicas para os módulos em que os estudantes tenham maiores dificuldades em atingir os objetivos fixados. Deste modo, assegura-se que os objetivos desta UC são plenamente cumpridos, através de instrumentos de monitorização e feedback regular e de retroação pedagógica.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Continuous assessment provides a larger acquaintance to the course topics and the possibility of constant practice. In addition, the acquired knowledge is tested on a regular basis, leading to more ambitious and consistent results.

The contact strategy is as follows:

-Theoretical classes: master classes, in which the intervention of the teacher is recorded, so that the student can access when necessary. This UC has an expository nature.

-Theoretical and practical classes: aim to guide student learning and provide situations in which the student can understand the application of knowledge to concrete situations. The students are required to complete exercises and receive their feedback.

-Tutoring: aims to guide the study and the work to be done, as well as the explain doubts and receipt of feedback on the formative and / or summative assessments.

- Autonomous work: it is intended to provide situations in which the student can apply knowledge to concrete situations, which will enable the performance of formative and summative assessment.

The UC is organized so that the objectives and activities that the student must develop are clearly identified and organized. About the objectives, this UC provides: 1) text with the learning outcomes; 2) UC presentation; 3) concept map and 4) learning guide.

The “Course Reports” and “Performance Dashboards” tools are very important, as they will allow the student to

monitor their development in view of the learning objectives established for the UC; to the teacher, it will allow a personalized accompaniment to the students, allowing also to develop pedagogical strategies for the modules in which the students have greater difficulties in reaching the established objectives. Thus, it is ensured that the objectives of this UC are fully met, through regular monitoring and pedagogical feedback.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Brealey, Richard; Myers, Stewart; Allen, Frank (2017), Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill

GONÇALVES, C., Santos, D., & Rodrigo, J. (2013). Relato Financeiro: Interpretação E Análise-2ª Edição. Vida Economica Editorial.

MENEZES, H. Caldeira (2010), Princípios de Gestão Financeira, 12ª Edição, Lisboa, Editorial Presença

NABAIS, Carlos; Nabais, Francisco (2013), Prática Financeira I – Análise Económica e Financeira, 8ª Edição, Lidel

NEVES, João Carvalho das (2012), Análise e Relato Financeiro – Uma Visão Integrada de Gestão, Texto Editores

Normas Internacionais de Contabilidade e Normas Internacionais de Relato Financeiro

PINHO, Carlos e Tavares, Susana (2012), Análise Financeira e Mercados, 2ª Edição, Lisboa, Áreas Editora

Mapa IV - Gestão Fiscal

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Gestão Fiscal

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Taxation Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

Esta unidade curricular pretende dotar os estudantes de conhecimentos fundamentais no domínio da fiscalidade empresarial, iniciando com os principais aspetos caracterizadores do sistema fiscal português e abordando os principais conceitos e regras estabelecidos na Lei Geral Tributária; Segue-se o desenvolvimento de aspetos teórico-práticos dos impostos sobre o rendimento - IRC e IRS, este último na perspetiva do substituto tributário, bem como uma abordagem aos princípios inerentes à tributação do consumo – estudo do caso particular do IVA.

4.4.1.7. Observations:

This Course intends to provide fundamental knowledge in business taxation, starting with the main features of the portuguese tax system and the main concepts and rules established in the General Tax Law; This subject is followed by the development of theoretical and practical aspects of income tax - IRC and IRS, the last one from the perspective of the entities responsible by withholding at source, as well as an approach to the principles inherent to the consumption taxation - study of the particular case of VAT.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Rui Manuel Saavedra Espinhosa Morais de Carvalho

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

OA1. Identificar as principais características do Sistema Fiscal Português.

OA2. Compreender os aspetos estruturais dos três principais impostos integrantes do sistema fiscal: IVA, IRS e IRC.

OA3. Conhecer como consultar os respetivos códigos, de modo a que possam encontrar resposta sustentada para as questões fiscais que, no âmbito profissional, se lhes possam vir a colocar.

OA4. Entendam a fiscalidade não somente no sentido do cumprimento da legislação, mas também na ótica da gestão, minimizando o encargo fiscal tendo em conta as diversas opções vertidas na lei.

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

LO1. Identify the main characteristics of the Portuguese Tax System.

LO2. Know the structural aspects of the three main taxes in Portuguese tax system: VAT, IRS and IRC.

LO3. Know how to consult the tax legislation, so that they can find a sustained answers to the tax issues that may arise in the professional scope.

LO4. Understand taxation not only in the sense of compliance, but also in terms of management, minimizing the tax burden, taking into account the various options provided by law.

4.4.5.Conteúdos programáticos:**1. Sistema Fiscal Português****1.1 Constituição e Direito Fiscal****1.2 Imposto: Conceito, Classificação e Momentos****1.3 Breve caracterização do Sistema Fiscal Português****1.4 Lei Geral Tributária****1.5 Regime Geral das Infrações Tributárias****2. Impostos sobre o Rendimento****2.1 IRS****2.1.1 Conceitos Fundamentais****2.1.2 Fase Analítica e Sintética do Imposto****2.1.3 Retenções na Fonte****2.1.4 Outras Obrigações das sociedades em relação ao IRS****2.2. IRC****2.2.1 Tributação do Lucro das Sociedades Comerciais Residentes****2.2.2 Lucro Tributável - Relação Fiscalidade/Contabilidade****2.2.3 Do Resultado antes de Imposto ao Imposto a pagar****2.2.4 Obrigações Declarativas e Processo de Documentação Fiscal****3. Tributação do Consumo****3.1 Conceitos Fundamentais****3.2 Evolução da Tributação do Consumo****3.3 IVA e RITI****4.4.5.Syllabus:****1. Portuguese Tax System****1.1 Portuguese Constitution and Taxes****1.2 Taxes: Concept, Categories and Moments**

1.3 Features of the Portuguese Tax System**1.4 General Taxation Law****1.5 General Taxation Infringements Law****2. Income Taxes****2.1 IRS****2.1.1 Main concepts****2.1.2 Analytical and synthetic phases****2.1.3 Withholding at source****2.1.4 Other obligations to be complied with by companies in relation to IRS****2.2. The Corporate Income Tax****2.2.1 Introductory Note: The Taxation of the Profits of Resident Companies****2.2.2 Taxable Income - Taxation / Accounting****2.2.3 Main Aspects of the Tax: income before tax****2.2.4. Reporting Obligations and Tax Documentation****3. Taxes on Consumption****3.1 Fundamental Concepts****3.2 Evolution of Consumer Taxation****3.3 Value Added Taxes and VAT on Intra-Community Transactions****4 The relevance of the tax factor on the companies' decision making process****4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

A primeira parte do programa tem como objetivo familiarizar os estudantes com o sistema fiscal português, facultando-lhes o contexto e os principais conceitos que permitirão a adequada interpretação das regras fiscais. O restante programa definido constitui uma clara opção pelo aprofundamento dos aspetos fiscais relacionados com realidade empresarial e com os impostos cuja fase de liquidação se encontra total ou substancialmente na esfera do sujeito passivo.

OA1 - CP1, OA2 - CP2 e CP3, OA3 – CP2, CP3; OA4 – CP4.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The first part of the program aims to familiarize students with the Portuguese tax system, providing them with the context and the main concepts that allow a proper interpretation of tax rules/legislation. The remaining program focuses on the fiscal aspects related to the business context and on taxes that place liquidation totally or substantially in the sphere of the taxable person.

LO1 - S1, LO2 - S2 and SP3, LO3 – S2 and S3; LO4 – S4.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Metodologias de Ensino:

Lecionação de carácter teórico-prático e em orientação tutorial. São utilizados os seguintes métodos pedagógicos: Método Expositivo; Método Ativo. Exposição da matéria teórica em sessões presenciais, a qual é acompanhada por consulta da legislação e outra documentação de suporte, bem como da resolução de casos práticos, individualmente e em grupo.

Metodologias de Avaliação:

– Regime de Avaliação Contínua. Existe o pré-requisito de assiduidade previsto superiormente, havendo dois momentos de avaliação: Prova Escrita (PE), com a ponderação de 50% na média final da UC; Prova de Frequência com

ponderação de 50%

– Regime de Avaliação Final. Neste regime, não existe o pré-requisito de assiduidade e existe apenas um momento de avaliação, que consiste numa Prova Escrita de Exame, incidindo sobre a totalidade dos conteúdos lecionados na UC, e que tem a ponderação de 100% na média final da UC.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Teaching methodologies:

Theoretical, practical, and tutorial. The following teaching methods are used: Expository Method; Active method. Theoretical lectures in face-to-face sessions, accompanied by consultation of legislation and other supporting documentation, as well as the resolution of practical cases, individually and in groups.

Evaluation methodologies:

- Continuous Assessment. There is the expected attendance prerequisite, with two assessment moments: Written-test (WT), weighting 50% on the final grade of the curricular unit; final Written-test weighting 50% of the final grade;

- Final Evaluation. In this system, there is no attendance prerequisite and there is only one moment of evaluation, consisting of a Written final exam, covering all of the contents, weighing 100% in the final grade of the curricular unit.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A consulta da legislação, quer no âmbito da exposição teórica, quer no âmbito da realização dos casos práticos, pretende contribuir para a familiarização dos estudantes com o manuseamento dos códigos fiscais. A realização de casos práticos pretende habilitar os estudantes para a resolução das principais questões que se colocam no domínio empresarial, desenvolvendo, simultaneamente, os aspetos de substância e forma.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Consultation of legislation, both within the context of the theoretical lectures and in the context of the practical cases, aims to make the students familiar with handling the tax codes/legislation. The implementation of practical cases aims to provide the students with the tools that allow solving the main fiscal questions that may arise in the business context, related to substance and form.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

BRÁS CARLOS, Américo; ABREU, Irene; DURÃO, João; PIMENTA, Maria Emília; (2021); Guia dos Impostos em Portugal; Lisboa, Quid Juris.

CASALTA NABAIS, José (2019); Direito Fiscal; Coimbra; Almedina; 11ª Edição.

FREITAS PEREIRA, M.H; (2018); Fiscalidade; Coimbra, Almedina; 6ª Edição.

PALMA, Clotilde (2017); Introdução ao Imposto sobre o Valor Acrescentado; Coimbra; Almedina; 6ª Edição.

PEREIRA, Paula Rosado (2019); Manual de IRS; Coimbra; Almedina; 2.ª Edição.

ROCHA, Isabel (coordenação), FREITAS ROCHA, Joaquim, Fiscal, (2021) Coletânea de Legislação Fiscal; Porto Editora;.

XAVIER, Alberto; (2020) Direito Tributário Internacional, 2ª Edição Atualizada; Coimbra, Almedina.

Mapa IV - Comportamento do Consumidor e Tomada de Decisão

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Comportamento do Consumidor e Tomada de Decisão

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Consumer Behaviour and Decision Making

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MKT

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

Esta UC visa delinear a importância de compreender o comportamento dos consumidores, a fim de desenvolver estratégias de gestão apropriadas. Informações específicas sobre como os consumidores escolhem, compram e descartam produtos ou serviços, ajuda as organizações a definir corretamente o seu mercado principal e identificar ameaças e oportunidades para seus produtos e serviços. É pois de grande importância para analisar adequadamente os potenciais consumidores, identificando as suas necessidades e desejos, para oferecer soluções à medida, para inovar com sucesso. Para entender os consumidores e compreender as razões por detrás das suas escolhas, é fundamental investigar uma ampla gama de respostas humanas, inclusive afetivas, cognitivas e comportamentais.

4.4.1.7.Observations:

This course aims to outline the importance of understanding consumer behaviour in order to develop appropriate management strategies. Specific information on how consumers choose, buy and discard products or services, helps organisations to correctly define their core market and identify threats and opportunities for their products and services. It is therefore of great importance to properly analyse potential consumers, identifying their needs and wants, to offer tailor-made solutions, to innovate successfully. To understand consumers and understand the reasons behind their choices, it is essential to investigate a wide range of human responses, including affective, cognitive and behavioural.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Daniel Filipe Cortês Pereira e Sá

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*OA1. Compreender o conceito do Comportamento do Consumidor e a importância do seu estudo
 OA2. Avaliar os vários modelos do Comportamento do Consumidor
 OA3. Entender o que é a segmentação e posicionamento no âmbito do Comportamento do Consumidor
 OA4. Discernir entre os vários métodos de recolha de informação
 OA5. Compreender o Consumidor: a sua Personalidade e Auto-Conceito
 OA6. Discernir o que é a motivação e o envolvimento
 OA7. Avaliar atitudes e a importância da comunicação, persuasão na mudança de atitudes
 OA8. Identificar quais os processos envolvidos na tomada de decisão
 OA9. Avaliar as alternativas existentes nos processos de escolha/compra
 OA10. Entender e compatibilizar os comportamentos pós-aquisição
 OA11. Identificar o Modelo Comportamento Planeado
 OA12. Descrever a importância da Experiência de consumo
 OA13. Avaliar a satisfação/insatisfação
 OA14. Compreender o comportamento de queixa/reclamação e lealdade à marca*

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

*LO1. Understand the concept of Consumer Behaviour and the importance of its study
 LO2. Evaluate the various models of Consumer Behaviour
 LO3. Understand what is segmentation and positioning in Consumer Behaviour
 LO4. Discern between the various methods of collecting information
 LO5. Understand the Consumer: his/her Personality and Self-concept
 LO6. Discern what is motivation and involvement
 LO7. Assess attitudes and the importance of communication, persuasion in changing attitudes
 LO8. Identify the processes involved in decision making
 LO9. To evaluate the alternatives existing in the processes of choice / purchase
 LO10. Understand and reconcile the post-purchase behaviors
 LO11. Identify the Planned Behaviour Model
 LO12. Describe the importance of the Consumption Experience
 LO13. Assess satisfaction/ dissatisfaction
 LO14. To understand complaint/complaint behaviour and brand loyalty*

4.4.5.Conteúdos programáticos:

*CP1. Introdução ao Comportamento do Consumidor
 CP2. Importância do seu estudo
 CP3. Construção de Modelos do Comportamento do Consumidor
 CP4. Segmentação; Posicionamento
 CP5. Métodos de recolha de informação: o que pode ser medido*

- CP6. Como compreender o Consumidor: Personalidade e Auto-Conceito*
- CP7. Motivação e Envolvimento*
- CP8. Atitudes; Comunicação, Persuasão e Mudança de atitudes*
- CP9. Processos de tomada de decisão - Problema: Identificação do problema, Procura de alternativas; Escolha*
- CP10. Avaliação de alternativas e Processos de escolha/compra*
- CP11. Consumo: Comportamentos pós-aquisição*
- CP12. Modelo Comportamento Planeado*
- CP13. Experiência de consumo*
- CP14. Desenvolvimento da satisfação/insatisfação*
- CP15. Comportamento de queixa/reclamação; Lealdade à marca*

4.4.5.Syllabus:

- S1. Introduction to Consumer Behaviour*
- S2. Importance of its study*
- S3. Construction of Consumer Behaviour Models*
- S4. Segmentation; Positioning*
- S5. Information gathering methods: what can be measured*
- S6. How to understand the Consumer: Personality and Self-concept*
- S7. Motivation and Involvement*
- S8. Attitudes; Communication, Persuasion and changing attitudes*
- S9. Decision-making processes - Problem: Problem identification, Search for alternatives; Choice*
- S10. Evaluation of alternatives and Processes of choice/purchase*
- S11. Consumption: Post-purchase behaviours*
- S12. Planned Behaviour Model*
- S13. Consumption experience*
- S14. Development of satisfaction/ dissatisfaction*
- S15. Complaint/complaint behaviour; Brand loyalty*

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- OA1. CP1*
- OA2. CP2*
- OA3. CP3*
- OA4. CP4*
- OA5. CP5*
- OA6. CP6*
- OA7. CP7*
- OA8. CP8*
- OA9. CP9*
- OA10. CP10*
- OA11. CP11*
- OA12. CP12*
- OA13. CP13*
- OA14. CP14*
- OA15. CP15*

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- LO1. S1*
- LO2. S2*
- LO3. S3*
- LO4. S4*
- LO5. S5*
- LO6. S6*
- LO7. S7*
- LO8. S8*
- LO9. S9*
- LO10. S10*
- LO11. S11*
- LO12. S12*
- LO13. S13*
- LO14. S14*
- LO15. S15*

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Como parte integrante desta Unidade Curricular, irão ser realizados vários trabalhos de aplicação da matéria lecionada:

- 1. Exposição teórica das temáticas através da realização de dispositivos para apresentação em sala.*
 - 2. Consolidação das matérias do programa através da apresentação de casos de estudo em aula, resolução de caso prático individual e a realização de trabalho de grupo.*
 - 3. Participação em aula e constante interação entre docente-alunos.*
 - 4. Frequência em seminários sobre as temáticas em estudo.*
- AVALIAÇÃO CONTÍNUA** ou **AVALIAÇÃO PERIÓDICA**: *Teste Individual (50%) e Projeto de Grupo - apresentação e*

*relatório final (50%) ou Projeto Individual - apresentação e relatório Final (50%)
Avaliação Final: Teste de avaliação individual (100%)*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

As part of this curricular unit, will be carried out several activities of application of the subjects taught:

- 1. Theoretical exposition of the themes through the realization of devices for presentation in the classroom.*
- 2. Consolidation of the subjects of the program through the presentation of case studies in class, resolution of individual practical case and the realization of group work.*
- 3. Participation in class and constant interaction between teacher-students.*
- 4. Attendance at seminars on the topics under study.*

CONTINUOUS ASSESSMENT AND PERIODIC ASSESSMENT:

Individual Test (50%) and Group Project - Final presentation and report (50%) or individual project - final presentation and report (50%)

FINAL ASSESSMENT: Individual Exam: individual assessment test (100%)

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A combinação das metodologias permitirá aos estudantes, não só adquirir os conhecimentos teóricos fundamentais, mas também resolver casos práticos, permitindo-lhes, assim, adquirir as competências na resolução de problemas reais em matéria de comportamento do consumidor.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The combination of methodologies will enable students not only to acquire the fundamental theoretical knowledge, but also to solve practical cases, thus allowing them to acquire the skills to solve real problems regarding consumer behaviour.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Solomon, Michael R. (2019) Consumer Behavior: Buying, Having, Being, 13th Edition, ISBN-13: 9781292318103, Pearson

Solomon, M. ; Bamossy, G. J.; Askegaard, S.T. & Hogg, M.T. (2016). Consumer Behavior: A European Perspective; Essex: Pearson

Solomon, M. (2016). Comportamento do Consumidor: Comprando, possuindo e sendo. 11a Edição. Bookman. Porto Alegre

Wright, M.; Singh, J.; Vanhuele, M.; East, R. (2016). Consumer Behaviour. 11th edition, Sage Publications. Thousand Oaks

Sheth, Jagdish N. (2005). Comportamento do Cliente – Indo além do comportamento do consumidor. Editora Atlas. São Paulo

Cardoso, A.A. (2009). O Comportamento do Consumidor: Porque é que os Consumidores Compram? Lisboa: Lidel Edições Técnicas

Hawkins, D.; Mothersbaugh, D. & Best, R. (2018). Comportamento do Consumidor. 13a edição. Rio de Janeiro: Elsevier Editora

Lehrer, J. (2010). Como Decidimos; Lisboa: Lua de Papel

Lindstrom, Martin (2013). Brand Sense – Os segredos sensoriais que nos levam a comprar. Gestão Plus. Lisboa

Mapa IV - Desenvolvimento Pessoal e Social I

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Desenvolvimento Pessoal e Social I

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Personal and Social Development I

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CSH

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

Considerando a importância de competências transversais para o desenvolvimento académico e profissional, a presente unidade curricular tem como objetivo promover a aquisição e desenvolvimento de competências pessoais e relacionais, tais como o pensamento crítico, comunicação oral e inteligência emocional, que permitam aos futuros gestores desempenhar eficazmente a sua função.

4.4.1.7.Observations:

Considering the importance of transversal skills for academic and professional development, this subject aims to promote the acquisition and development of personal and relational skills, such as critical thinking, oral communication, and emotional intelligence, which allow future managers to effectively perform their function.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Cidália Andrea da Costa da Silva Neves

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- 1.Reconhecer o significado e o domínio das competências transversais/interpessoais*
- 2. Desenvolver competências transversais chave, com base em planos de desenvolvimento e aplicá-las em diferentes contextos*
- 3. Desenvolver uma atitude positiva face às competências transversais, ao seu desenvolvimento e aplicação*
- 4. Mobilizar estratégias de desenvolvimento de competências em diferentes situações profissionais;*
- 5. Autoavaliar-se e definir planos de melhoria ao nível do desenvolvimento de competências*

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Recognize the meaning and the domain of transversal/interpersonal competences*
- 2. Develop key soft skills based on development plans and apply them in different contexts*
- 3. Develop a positive attitude towards transversal competences, their development and application*
- 4. Mobilize strategies for skills development in different professional situations.*
- 5. Self-assess and define improvement plans for skills development*

4.4.5.Conteúdos programáticos:

- 1. Desenvolvimento pessoal e social*
- 1. Enquadramento à temática das competências*
- 2. Competências pessoais e sociais – competências transferíveis*
- 3. Diagnóstico de competências pessoais e sociais – Mapeamento das competências, em ambiente VUCA (volátil, incerto, complexo e ambíguo)*
- 4. As competências e o mercado de trabalho*
- 2. A construção de uma marca pessoal*
- 1. O poder da Análise Pessoal para o branding de Carreira*
- 2. As ferramentas de avaliação das competências*
- 3. O autocoaching*
- 4. O perfil de competência - autoconhecimento e autodesenvolvimento ativo.*
- 3. Estratégias de desenvolvimento de competências pessoais e sociais*

4.4.5.Syllabus:

- 1. Personal and social development*
- 1.1 Theoretical background to skills development*
- 1.2 Personal and social skills- transferable skills*
- 1.3 Diagnosis of personal and social skills – competences mapping, in a VUCA environment (volatile, uncertain, complex, and ambiguous)*
- 1.4 Skills and the labour market*
- 2.Building a personal brand*
- 2.1 The power of Personal Analysis for Career branding*
- 2.2 Assessment tools for skills*
- 2.3 Self-coaching*

2.4 The competence profile - self-knowledge and active self-development

3. Strategies for developing personal and social skills

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:
Os conteúdos programáticos definidos para esta UC permitem atingir os objetivos definidos (OB). Desta forma, há uma correspondência entre os objetivos e os tópicos dos conteúdos que pode ser descrita da seguinte forma:

OB1 - Tópico 1 dos conteúdos

OB2 - Tópico 3 dos conteúdos

OB3- Tópicos 2 e 3 dos conteúdos

OB4 - Tópico 3 dos conteúdos

OB5 – Tópicos 1, 2 e 3

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:
The syllabus defined for this subject allow the achievement of the defined objectives (OB). Thus, there is a correspondence between the objectives and the contents' topics that can be described as follows:

OB1 - Topic 1

OB2 - Topic 3

OB3- Topics 2 and 3

OB4 - Topic 3

OB5 - Topics 1, 2 and 3

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O estudante poderá inscrever-se numa das modalidades de avaliação: contínua, periódica e final. Com implicações distintas em termos de obrigatoriedade de presença em aulas e tipologias de trabalho a realizar. Esta UC terá algumas especificidades de funcionamento, articulando momentos de trabalho em grande grupo, momentos de trabalho em grupos restritos e momentos de trabalho individual. Pressupõe-se que os estudantes participem, organizem e avaliem atividades de dinâmica de grupo para os diferentes temas a tratar nesta UC.

4.4.7.Teaching methodologies (including students' assessment):

The student may enroll in one of the follow forms of assessment: continuous, periodic, and final. With different implications in terms of compulsory class attendance and types of work to be done. This subject will have some specificities of functioning, articulating moments of work group, moments of work in small groups and moments of individual work. It is assumed that students participate, organize, and evaluate activities of group dynamics for the different topics addressed in this subject.

4.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Tendo esta UC a pretensão de desenvolver competências transversais, as metodologias a usar terão que obrigatoriamente permitir aos estudantes a experimentação, a vivência e o treino das referidas competências. Assim, consideramos que as metodologias mais adequadas serão as dos métodos ativos de aprendizagem, com recurso nomeadamente a trabalhos de grupo, estudos de caso e role-playing.

De facto, consideramos fundamental que o professor assuma o papel de orientador e facilitador da aprendizagem, utilizando metodologias ativas e participativas, que favoreçam a construção do conhecimento através da interação com o meio.

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

As this subject aims to develop soft skills, the methodologies to be used will necessarily have to allow students to experience, live and practice those skills. Thus, we consider that the most adequate methodologies are those of active learning methods, namely group work, case studies and role-playing.

In fact, we consider it fundamental that the teacher assumes the role of learning guide and facilitator, using active and participatory methodologies that support the construction of knowledge through interaction with the environment.

4.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- Cunha, M.P., Rego, A., Campos, R. Cabral-Cardoso, C., Neves, P. (2016). Manual de Comportamento Organizacional. 8ª ed. Lisboa: RH Editores.

- Fachada, O. (2018). Psicologia das relações interpessoais. 3ªedição. Lisboa: Edições Sílabo.

- Fisher, A. (2001). *Critical thinking: An introduction*. Cambridge University Press.
- Forsyth, D. R. (2018). *Group dynamics*. Cengage Learning.
- Goleman, D. (2010). *Inteligência Emocional*. 14ª edição. Temas e Debates Editores.
- Neves, J. Garrido, M. & Simões, E. (2015). *Manual de competências pessoais, interpessoais e instrumentais - teoria e prática - 3ª Ed.* Lisboa: Editora Sílabo. ISBN: 978-972-618-798-1
- Rosenberg, St. Heimler, R. & Morote, E. (2012). *Basic employability skills. A triangular design approach*. *Education and Training*, 54(1):7-20.
- Sacavém, A. (2018). *A comunicação não-verbal na negociação*. In S. Antunes, I. Camisão & S. Ribeiro (Eds). *Negociação internacional: Estratégias e táticas*. Lisboa: Sílabas & Desafios.

Mapa IV - Marketing Operacional

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Marketing Operacional

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Operational Marketing

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MKT

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

Esta unidade curricular tem por objetivo debater as diferentes dimensões da decisão em marketing e enquadrar a dimensão estratégica e a dimensão operacional, permitindo a compreensão da formulação de uma estratégia e de políticas na ótica do marketing. Engloba a realização de um plano operacional de marketing.

4.4.1.7. Observations:

This course unit aims to discuss the different dimensions of the decision in marketing and contextualize the strategic and the operational dimensions, enabling an understanding of strategy and policy formulation from a marketing perspective. Includes the completion of an operational marketing plan.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Ricardo José Fernandes Mena

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

A abordagem dos temas será feita com solidez teórica e conceptual, embora acompanhada por orientação prática relevante. Neste sentido serão abordados e estarão sujeitos a avaliação os seguintes temas:

- 1. Planear no âmbito do marketing.*
- 2. Apreender o processo de segmentação de mercados.*
- 3. Selecionar o(s) mercado(s) alvo.*
- 4. Desenvolver a diferenciação e decidir o posicionamento.*
- 5. Conhecer e gerir os elementos do marketing-mix.*
- 6. Gerir o esforço de Marketing.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The themes will be approached with theoretical and conceptual solidity, although accompanied by relevant practical guidance. In this sense, the following topics will be addressed and will be subject to evaluation:

1. *Planning in marketing.*
2. *Seize the process of market segmentation.*
3. *Select the target market (s).*
4. *Develop differentiation and decide brand positioning.*
5. *Know and manage the elements of marketing-mix.*
6. *Manage the marketing effort.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Processo de planeamento de marketing*
 - 1.1. *Planeamento estratégico*
 - 1.2. *Planeamento operacional*
2. *Segmentação do mercado*
 - 2.1. *Níveis e modelo de segmentação*
 - 2.2. *Segmentação dos mercados de consumidores e empresarial*
 - 2.3. *Seleção do mercado alvo*
3. *Posicionamento da Oferta*
 - 3.1. *Estratégias em marketing: genéricas, oceano azul, crescimento e competitivas.*
 - 3.2. *A diferenciação*
 - 3.3. *O Posicionamento*
 - 3.4. *Os suportes de um posicionamento*
 - 3.5. *Formulação do posicionamento*
4. *O marketing-mix*
 - 4.1. *Produto e Mix de Produtos*
 - 4.1.1. *Inovação*
 - 4.2. *A formulação de Preços*
 - 4.3. *A função dos canais de distribuição*
 - 4.4. *O mix de comunicação*
 - 4.5. *Marketing de serviços*
5. *Gerir o esforço de marketing*
 - 5.1. *A organização de Marketing*
 - 5.2. *O plano de Marketing*

4.4.5. Syllabus:

1. *Marketing planning process*
 - 1.1. *Strategic planning*
 - 1.2. *Operational planning*
2. *Market Segmentation*
 - 2.1. *Targeting levels and segmentation model*
 - 2.2. *Segmentation of consumer and business markets*
 - 2.3. *Target market selection*
3. *Positioning the offer*
 - 3.1. *Strategies in marketing: generic, blue ocean, growth and competitive.*
 - 3.2. *Brand differentiation*
 - 3.3. *Brand positioning*
 - 3.4. *The supports of a brand positioning*
 - 3.5. *Formulation of brand positioning*
4. *The marketing-mix*
 - 4.1. *Product and product mix*
 - 4.1.1. *Product innovation*
 - 4.2. *Price formulation*
 - 4.3. *The function of distribution channels*
 - 4.4. *The communication mix*
 - 4.5. *Marketing services*
5. *Manage Marketing Effort*
 - 5.1. *The Marketing Organization*
 - 5.2. *The Marketing Plan*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Objetivo 1 - Planeamento estratégico e operacional

Objetivo 2 - Apreender o processo de segmentação de mercados

Objetivo 3 - Selecionar o(s) mercado(s) alvo

Objetivo 4 - Desenvolver a diferenciação e decidir o posicionamento serão atingidos através do conteúdo programático; Segmentação do mercado, onde se abordam os níveis e modelos de segmentação e os critérios para escolha dos mercados alvo; Posicionamento da oferta, do posicionamento e diferenciação das marcas, assim como das estratégias possíveis de serem seguidas pelas empresas

Objetivo 5 - Conhecer e gerir os elementos do marketing-mix; O marketing-mix e os 4 P's do marketing-mix: produto, preço, praça /distribuição e promoção/comunicação e abordagem breve à especificidade dos serviços

Objetivo 6 - Gerir o esforço de marketing e a estrutura do plano de marketing

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Objective 1 - Strategic planning and operational marketing

Objective 2 - Seize the market segmentation process

Objective 3 - Select the target market (s), and the objective

Objective 4 - Develop the differentiation and decide the positioning will be achieved through the programmatic content; Market segmentation, which addresses the levels and models of segmentation and the criteria for choosing the target markets; Positioning of the offer that deals with the positioning and differentiation of brands, as well as possible strategies to be followed by companies

Objective 5 - Knowing and managing the elements of marketing-mix the 4 P's of marketing-mix, product, price, place/distribution and promotion/communication, as well as the specificity of the services

Objective 6 - Manage the marketing effort that addresses how the marketing effort in the companies should be managed. This point also contemplates the structure of the marketing plan

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Como base na informação decorrente de briefings e workshops sobre empresas ou situações reais, os estudantes são convidados a elaborar trabalhos (desafios de marketing) e um plano operacional de marketing que será apresentado e discutido. Os métodos utilizados são o interrogativo, o expositivo (audiovisuais e textos escritos), o demonstrativo, o diálogo, as conferências, os painéis e ativos com base em: trabalhos em grupo, de projeto e estudo de casos.

AVALIAÇÃO CONTÍNUA

1º Teste Individual – 30%

2º Teste Individual – 30%

Plano de marketing – 40%

Avaliação Final

Teste de avaliação individual (100%)

4.4.7.Teaching methodologies (including students' assessment):

Based on information from briefings and workshops on companies or real situations, students are asked to prepare assignments (marketing challenges) and a marketing operational plan that will be presented and discussed. The methods used are interrogative, expository (audiovisuals and written texts), demonstrative, dialogue, conferences, panels and active based on: group work, project and case studies.

CONTINUOUS ASSESSMENT

1st Individual Test – 30%

2nd Individual Test – 30%

Marketing Plan – 40%

FINAL ASSESSMENT

Individual Exam: individual assessment test (100%)

4.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A unidade curricular em apreço orienta-se para a compreensão e para o desenvolvimento da

capacidade crítica dos estudantes sobre aspetos fundamentais que caracterizam o marketing, a análise e a tomada de decisão em ambientes dinâmicos e de incerteza.

Desta forma as metodologias pedagógicas a aplicar são complementadas com:

- a análise e discussão de artigos científicos e da atualidade relacionados com os temas de marketing, para discussão e reflexão;

- a participação ativa nas soluções dos estudos de caso propostos, colocando-os à discussão.

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The curricular unit in question is oriented towards the understanding and development of the students critical capacity on key aspects that characterizes marketing and analysis and decision making in dynamic environments and uncertainty.

Thus the pedagogical methodology to be applied is complemented by:

- Analysis and discussion of scientific articles and news of current issues related to marketing, to discuss and reflect in class;

- active participation in solutions to the cases study proposed, placing them in discussion

4.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Hollensen, Svend; (2012), "Marketing Management: A Relationship Approach", 2nd Edition; Financial Times Management, London.

*Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2021). Marketing management: an Asian perspective
Kotler, P, Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017), "Marketing 4.0: Moving from traditional to digital", John Wiley & Sons, Southern Gate*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management (p. 352). Boston, MA: Pearson

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2012), "Marketing Management", 14th. edition, Prentice-Hall, NJ

McDonald, Malcolm & Dunbar, Ian (2012), "Market Segmentation: How to do it, and how to profit from it", Revised 4th Edition, John Wiley & Sons, Southern Gate

Soares, Raquel, Leal, C. & Herter, M. (2019). Marketing – Um desafio incontornável para as Microempresas, Conjuntura Actual Editora, Lisboa

Mapa IV - Estudos de Mercado**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Estudos de Mercado

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Market Research

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MKT

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

A UC de Estudos de Mercado tem como objetivo estimular os estudantes a aplicarem os conhecimentos adquiridos em Marketing.

Tem como principal orientação realização de um estudo de mercado, tendo como base um caso real, incluindo a sua apresentação final, estando subjacente a elaboração prévia do âmbito, objetivos, calendarização e metodologia.

O estudo poderá ser do tipo exploratório, descritivo ou causal e incluir fontes primárias e / ou secundárias. As competências a desenvolver são as inerentes ao marketing research. Os estudantes deverão possuir no final do semestre as competências necessárias à realização dum estudo de mercado devendo para isso ser capazes de: formular um problema, planear a investigação associada ao problema, recolha de dados, codificação tratamento e análise de dados e interpretação e comunicação dos resultados.

4.4.1.7.Observations:

This course aims to encourage students to apply the knowledge acquired in Marketing. Its main orientation conducting a market study, based on a real case, including their final presentation, with underlying the prior preparation of the scope, objectives, timing and methodology.

The study will be exploratory, descriptive or causal type and include primary and / or secondary sources. The skills to be developed are the inherent research marketing. Students should have at the end of the semester the skills necessary for the completion of a market study and to do so to be able to: formulate a problem, planning the research associated with the problem, data collection, processing coding and data analysis and interpretation and communication of results.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Mafalda Luísa de Castro Ferreira

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Os objetivos da aprendizagem prendem-se com a capacidade de:

- 1. Adquirir uma compreensão ampla do Marketing Research (Pesquisa de Marketing) a nível teórico, metodológico e prático.*
- 2. Distinguir e optar sobre os vários tipos de metodologias e métodos para a resolução dos problemas colocados pela gestão de marketing, nomeadamente, conceber o desenho de uma investigação.*
- 3. Saber executar e aplicar um estudo de mercado e analisar/interpretar os respetivos dados recolhidos.*
- 4. Apresentação dos principais resultados e recomendações em formato relatório.*

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The learning objectives relate to the ability to:

- 1. Acquire a broad understanding of Marketing Research (Marketing Research) the theoretical, methodological and practical level.*
- 2. Distinguish and choose on the various types of methodologies and methods to solve the problems posed by marketing management, such as creating design of an investigation.*
- 3. Know to implement and apply a market study and analyze / interpret their data collected.*
- 4. Presentation of the main findings and recommendations in a report format.*

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. A importância do Market Research: Etapas processuais

1.1. Introdução

1.2. Planeamento e Definição do Problema de Pesquisa

1.3. Tipos de investigação em Marketing

2. Desenvolvimento de uma abordagem de investigação (Metodologias)

2.1. Pesquisa Secundária

2.2. Pesquisa Primária - pesquisa qualitativa e quantitativa

2.3. Processo de Amostragem

3. Métodos Qualitativos

3.1. Introdução aos métodos qualitativos

3.2. Definição dos participantes do estudo

3.3. Desenvolvimento de guiões

3.4. Recolha de dados

3.5. Tratamento e análise dos dados recolhidos

3.6. Apresentação dos resultados

4. Métodos Quantitativos

4.1. Introdução aos métodos quantitativos

4.2. Definição da amostra

4.3. Desenvolvimento do questionário

4.4. Recolha de dados

4.5. Tratamento e análise dos dados recolhidos

4.6. Apresentação dos resultados

5. Os Estudos de Mercado no digital

5.1. NewMR

5.2. Blogs Participativos e Buzz Mining

5.3. Comunidades de investigação online

5.4. Mercados predictivos

4.4.5.Syllabus:

1. *The Importance of Market Research: Procedural Steps*
 - 1.1. *Introduction*
 - 1.2. *Planning and Definition of the Research Problem*
 - 1.3. *Types of Research in Marketing*
2. *Development of a research approach (Methodologies)*
 - 2.1. *Secondary Research*
 - 2.2. *Primary research - qualitative and quantitative research*
 - 2.3. *Sampling Procedure*
3. *Qualitative Methods*
 - 3.1. *Introduction to qualitative methods*
 - 3.2. *Definition of the study participants*
 - 3.3. *Development of the protocols*
 - 3.4. *Data Collection*
 - 3.5. *Treatment and analysis of data collected*
 - 3.6. *Presentation of results*
4. *Quantitative Methods*
 - 4.1. *Introduction to quantitative methods*
 - 4.2. *Definition of the sample*
 - 4.3. *Questionnaire Development*
 - 4.4. *Data Collection*
 - 4.5. *Treatment and analysis of data collected*
 - 4.6. *Presentation of results*
5. *Market Research in digital*
 - 5.1. *NewMR*
 - 5.2. *Participative Blogs and Buzz Mining*
 - 5.3. *Online research communities*
 - 5.4. *Predictive Markets*

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O 1º OA [Adquirir uma compreensão ampla do Marketing Research (Pesquisa de Marketing) a nível teórico, metodológico e prático.] é alcançado pelo debate dos temas 1- 3 incluídos no capítulo 1

O 2º OA [Distinguir e optar sobre os vários tipos de metodologias (qualitativo e quantitativo) para a resolução dos problemas colocados pela gestão de marketing, nomeadamente, conceber o desenho de uma investigação.] é alcançado através do debate e articulação de todos os temas [1-2] do capítulo 2

O 3º OA [Saber executar e aplicar um estudo de mercado e analisar/interpretar os respetivos dados recolhidos.] é alcançado pelos capítulos 3, 4 e 5 que lidam especificamente com a metodologia de investigação (qualitativo e quantitativo) e respetiva implementação e análise

O 4º OA [Apresentação dos principais resultados e recomendações em formato relatório.] é alcançado temas discutidos nos capítulos 3 e 4 que lidam também com a produção do relatório de investigação

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

LO 1 [acquire a broad understanding of Marketing Research (Marketing Research) the theoretical, methodological and practical level.] Is achieved by the discussion of the topics 1- 3 included in chapter 1

LO 2 [Distinguish and decide on the various types of methodologies (qualitative and quantitative) to solve the problems posed by marketing management, such as creating design of an investigation.] Is achieved through discussion and articulation of all topics [1-2] of chapter 2

LO 3 [Learn execute and implement a market study and analyze / interpret their collected data.] Is achieved by chapter 3, 4 e 5 that deal specifically with the research methodology (qualitative and quantitative) and their implementation and analysis

LO 4 [Presentation of the main findings and recommendations in a report format.] is achieved by the topics discussed in chapter 3 e 4 that also deal with the production of the investigation report

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O ensino aprendizagem tem como foco a explanação dos conceitos centrais e teóricos sobre pesquisa científica. A nível prático é centrado na sua aplicabilidade na empresa e nos mercados. Os métodos principais utilizados são: interrogativo, expositivo (audiovisuais e textos escritos), demonstrativo, diálogo, conferências, painéis e ativos com base em: trabalhos em grupo, de projeto, estudo de casos. A explanação, o debate, a observação e a pesquisa têm papel fundamental possibilitando aos estudantes ensaiarem e escolherem, das diversas técnicas e métodos, os mais ajustados a cada tipo de estudo.

A avaliação pode ser contínua ou por exame.

Avaliação contínua inclui: Teste Intercalar (60%) e Prova Final – teste escrito (40%).

Avaliação por exame: Exame Final, cobrindo todos os tópicos do programa (100%).

4.4.7.Teaching methodologies (including students' assessment):

Education-learning focuses on the explanation of the central theoretical concepts about scientific research. On a practical level, it focuses on its applicability to the company and to the markets. The main used methods are:

interrogative, expository (audiovisuals and written texts), demonstrative, dialogue, conferences, panels and active methods based on: group work, project work, case studies. Explanation, debate, observation and research have a fundamental role, allowing students to practice and choose from various techniques and methods the ones that best suit each type of study.

Assessment may be continuous or by examination.

Continuous assessment includes: Midterm Test (60%) and Final Exam - written test (40%).

Assessment by examination: Final Exam, covering all topics of the program (100%).

4.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino, colocando ênfase na resolução de exercícios e na obtenção de resultados empíricos, concorre para a conferência das competências específicas da unidade curricular.

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodology, placing emphasis on solving exercises and obtaining empirical results, contributes to the conference of the specific skills of the course.

4.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Aaker, David A (2012). Marketing Research. International Student, Edition John Wiley & sons.

Kinear, T. C. & Taylor, J. R. (1983). Marketing Research- An Applied Approach, McGraw-Hill, International Student Edition, Second edition.

Malhotra, N. K., Rocha, I., Laudisio, M. C., Altheman, É., Borges, F. M., & Taylor, R. B. (2005), Introdução à Pesquisa de Marketing, S. Paulo: Pearson

Marôco, J. (2018). Análise Estatística com o SPSS Statistics.: 7ª edição. ReportNumber, Lda.

Oliveira, J. V. (2012): Investigação em marketing, Volume I. Lisboa: Edições Sílabo.

Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2002). Análise de Dados para Ciências Sociais, a complementaridade do SPSS, Lisboa: Edições Sílabo

Pereira, A. (2013). SPSS–Guia prático de utilização–Análise de Dados para Ciências Sociais e Psicologia. Lisboa. Edições Sílabo.

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill (2008). Research methods for business students (2nd Ed.). Harlow: Financial Times Prentice Hall.

Mapa IV - Gestão Estratégica de Pessoas

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Gestão Estratégica de Pessoas

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Strategic people management

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

CSH

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

Pretende-se que os alunos compreendam quais os contextos e os fatores, internos e externos, que influenciam a capacidade de gestão estratégica de pessoas e respetivo impacto na performance organizacional.

É dada uma especial ênfase ao estudo dos processos de gestão estratégica de pessoas, de forma que os alunos os compreendam e possam vir a participar, ou gerir processos desta natureza.

De forma adicional, pretende-se estimular os alunos para a investigação nesta área da gestão.

4.4.1.7.Observations:

It is intended that students understand the internal and external contexts and factors that influence strategic people management capabilities and their impact on organizational performance.

Special emphasis is given to the study of people's strategic management processes, so that students understand them and can come to participate or manage processes of this nature.

Additionally, it is intended to encourage students to research in the management area.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Cidália Andrea da Costa da Silva Neves

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Esta UC tem como principal objetivo dar a conhecer os conceitos fundamentais da gestão estratégica de pessoas, integrada na estratégia organizacional, concretamente:

- 1. Identificar o papel da Gestão de Pessoas no quadro global da gestão estratégica organizacional;*
- 2. Identificar os principais desafios da Gestão de Pessoas, no contexto organizacional atual*
- 3. Interpretar as tendências de Gestão de Pessoas e consequências da definição de um plano estratégico, promotor da performance organizacional*

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The main objective is to stress the fundamental concepts of strategic people management, integrated into the organizational strategy, specifically:

- 1. Identify the role of People Management in the global framework of organizational strategic management.*
- 2. Identify the main challenges of People Management in the actual organizational context*
- 3. Interpret People Management trends and consequences of defining a strategic plan, promoting organizational performance*

4.4.5.Conteúdos programáticos:**1. ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL E GESTÃO DE PESSOAS****1.1. Estratégia Gestão de Pessoas****1.2. Políticas e práticas de Gestão de Pessoas****1.4. O Desenvolvimento das Organizações a partir da Gestão de Pessoas: As Boas Práticas****2. O PROCESSO DE ESCOLHER PESSOAS****2.1 Recrutamento e Seleção****2.2 Acolhimento e Integração de Novos Colaboradores****2.3 Desvinculação / Downsizing****3. O PROCESSO DE DESENVOLVER PESSOAS****3.1. A Avaliação e Gestão do Desempenho****3.2. A Formação****3.3. Mudanças Organizacionais****3.4. Comunicação****4. O PROCESSO DE MANTER PESSOAS****4.1. Sistemas de Recompensas e Incentivos****4.2. Construção e Gestão de carreiras****4.3. Qualidade de Vida no Trabalho****4.4.5.Syllabus:****1.ORGANIZATIONAL STRATEGY AND PEOPLE MANAGEMENT****1.1. People Management Strategy****1.2. People Management Policies and Practices****1.4. Organizational development through People Management: Good Practices****2. THE PROCESS OF CHOOSING PEOPLE****2.1 Recruitment and Selection****2.2 Onboarding:****2.3 Disengagement/ Downsizing**

- 3. THE PROCESS OF DEVELOPING PEOPLE
 - 3.1. Performance Evaluation and Management
 - 3.2. The training
 - 3.3. Organizational Changes
 - 3.4. Communication
- 4. THE PROCESS OF MAINTAINING PEOPLE
 - 4.1. Rewards and Incentive Systems
 - 4.2. Career developing and management
 - 4.3. Quality of life at work

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O conteúdo programático proporciona a abordagem das variáveis necessárias à concretização dos objetivos da Unidade curricular. Os conceitos fundamentais e estratégicos da gestão estratégica de pessoas são abordados de forma integrada e prospetiva, permitindo, simultaneamente, a compreensão teórica dos conceitos bem como a sua implicação em contexto de trabalho.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus provides an approach to the variables necessary to achieve the objectives of the subject. The fundamental and strategic concepts of strategic people management are approached in an integrated and prospective way, allowing, at the same time, the theoretical understanding of the concepts as well as their implication in the work context.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia implica a articulação entre formação em sala e formação em ambiente de mercado, garantindo a formação científica dos alunos, a sua capacidade de investigação e recolha de informação e a adaptação ao mercado em constante transformação. O aluno poderá inscrever-se em uma de três modalidades de avaliação: contínua, periódica e final. Com implicações distintas em termos de presença em aulas e tipologias de trabalho a realizar. Na avaliação contínua existem 3 momentos divididos entre 50% de trabalho em grupo e 50% individual. Na periódica o aluno tem apenas dois momentos de avaliação e na final um momento realizado no final do semestre

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The methodology involves the articulation between classroom training and training in market environment, ensuring the scientific training of students, their ability to research and gather information and adapt to the constantly changing market. The student may enroll in one of three evaluation modalities: continuous, periodic, and final. With distinct implications in terms of class attendance and types of work to be done. In continuous assessment there are three moments divided between 50% group work and 50% individual work. In periodic assessment the student has only two moments of assessment and in the final one moment at the end of the semester.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Tendo esta UC a pretensão de desenvolver competências de gestão estratégica de pessoas, as metodologias mais adequadas serão as dos métodos ativos de aprendizagem, com recurso nomeadamente a aprendizagem baseada na resolução de problemas e estudos de caso.

De facto, consideramos fundamental que o professor assuma o papel de orientador e facilitador da aprendizagem, utilizando metodologias ativas e participativas, que favoreçam a construção do conhecimento através da interação com o meio.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

As this subject intends to develop people's strategic management skills, the most appropriate methodologies will be active learning methods, namely problem-based learning, and case studies.

In fact, we consider it essential that the teacher assumes the role of mentor and facilitator of learning, using active and participatory methodologies that favor the construction of knowledge through interaction with the environment.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Becker, B. E. (2001). Gestão estratégica de pessoas com scorecard. Elsevier Brasil.

Chiavenato, I. (2009). O Capital Humano das Organizações. Rio de Janeiro: Editora Campus Lda.

Chiavenato, I. (2017). Gestão estratégica de mudanças corporativas. Saraiva Educação SA

Crawshaw, J., Budhwar, P., Davis, A. (2014). Human resource management: Strategic and International perspectives. London: Sage Publication

Dessler, G. (2018). Fundamentals of Human Resource Management. NY: Pearson

Mapa IV - Gestão Financeira**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:***Gestão Financeira***4.4.1.1.Title of curricular unit:***Financial Management***4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:***ECG***4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***150***4.4.1.5.Horas de contacto:***56***4.4.1.6.Créditos ECTS:***6***4.4.1.7.Observações:**

Esta Unidade Curricular desenvolve as capacidades dos estudantes para o entendimento das Finanças empresariais. Procura-se que aprendam técnicas de análise e gestão económica e financeira das empresas e sejam capazes de desenvolver boas práticas de gestão de recursos, nomeadamente financeiros. Visa, igualmente, incentivar a pesquisa utilizando bibliografia de suporte adequada.

4.4.1.7.Observations:

This Curricular Unit develops the students' capacities for the understanding of the Business finance. They are expected to learn techniques of economic and financial analysis and management of companies and to be able to develop good resource management practices, including financial ones. It also aims to encourage research using appropriate supporting bibliography.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*José João Dolores***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

Identificar as funções do Gestor financeiro; Entender conceitos de valor, valor presente e de custo do capital; Explicar as diferentes teorias de custo e estrutura de capitais na empresa; Conhecer o valor económico da empresa; Elaborar planeamento financeiro.

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Identify the duties of the Financial Manager; Understand concepts of value, present value and cost of capital; Explain the different cost theories and capital structure in the company; Know the economic value of the company; Prepare financial planning.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

- 1 A Gestão Financeira e a criação de valor*
- 1.1 As funções do CFO*
- 1.2 A criação, a medição e a gestão do Valor*
- 1.3 Valor atual e custo de oportunidade do capital*
- 1.4 O valor atual líquido (VAL)*
- 2 O custo do capital*
- 2.1 O custo do capital próprio*
- 2.2 O custo do capital alheio*
- 2.3 O custo médio ponderado do capital (WACC)*
- 3 A otimização da estrutura do capital*
- 3.1 As teorias da estrutura do capital*
- 3.2 Diferenças entre a visão tradicional e a versão Modigliani-Miller*
- 4 Política de dividendos e a estrutura do capital*

- 4.1 Política de dividendos e o valor da empresa
- 4.2 Recompra de ações
- 4.3 O conteúdo da informação sobre os dividendos
- 4.4 A controvérsia sobre a Política de Dividendos
- 4.5 Objeções à irrelevância da Política de Dividendos
- 5 Avaliação do valor económico da empresa
- 5.1 Definição e enquadramento do conceito
- 5.2 EVA e MVA - como instrumentos analíticos
- 5.3 O método dos Free Cash-Flows para os acionistas
- 5.4 Fusões e Aquisições
- 6 O planeamento financeiro da empresa

4.4.5.Syllabus:

- 1 - Financial management & value creation
- 1.1 - CFO functions
- 1.2 - Creation, mediation & management of Value
- 1.3 - Present value & opportunity of capital cost
- 1.4 - NPV
- 2 - Cost of capital
- 2.1 - Cost of equity
- 2.2 - Cost of debt capital
- 2.3 - WACC
- 3 - Optimization of capital structure
- 3.1 - Theories of capital structure
- 3.2 - Differences between traditional view & Modigliani-Miller version
- 4 - Dividend Policy & Capital Structure
- 4.1 - Dividend Policy & Company Value
- 4.2 - Repurchase of shares
- 4.3 - Information Content of Dividends
- 4.4 - Controversy over Dividend Policy
- 4.5 - Objections to irrelevance of dividend policy
- 5 - Assessment of economic value of company
- 5.1 - Definition & classification of concept
- 5.2 - EVA and AMM - as analytical tools
- 5.3 - Method of Free Cash Flows to shareholders
- 5.4 - Mergers & acquisitions
- 6 - Financial planning of company

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A estrutura dos conteúdos remete para cada um dos objetivos estabelecidos. Os pontos 1 e 2 abordam as funções do CFO, técnicas e teorias de custo de capital. O 3 e 4 expõem técnicas e instrumentos conducentes à tomada de decisão sobre financiamento, custo e estrutura do capital e ainda sobre a política de dividendos. O ponto 5 aborda noções de valor da empresa e o ponto 6 o planeamento financeiro.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The structure of the contents refers to each of the established objectives. Points 1 and 2 address the CFO's functions, techniques, and capital cost theories. Points 3 and 4 set out techniques and instruments leading to decision-making on financing, cost and capital structure and dividend policy. Point 5 addresses notions of business value and point 6 financial planning.

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino consiste na dinâmica de exposição dos conteúdos programáticos em ligação com as necessidades e interesses revelados pelos alunos e confronto com casos reais. Debate de conceitos e exemplos; Recurso a meios audiovisuais; leituras específicas, para além da bibliografia, de casos concretos de literatura especializada. A avaliação pode ser contínua ou em exame final, por opção do estudante. A avaliação contínua é composta por 3 momentos de avaliação: 1) Realização de um trabalho escrito e apresentação oral, sobre uma questão previamente dada (20%), 2) Teste (30%), 3) Frequência escrita (50%). A exame final irão os estudantes que tenham optado por este modelo de avaliação ou aqueles que tenham sido reprovados na avaliação contínua.

4.4.7.Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodology consists of the dynamics of exposure of the syllabus in connection with the needs and interests revealed by the students and confrontation with real cases. Discussion of concepts and examples; Use of audiovisual media; specific readings, beyond the bibliography, of concrete cases of specialized literature. The assessment may be continuous or final exam, at student's option. Continuous assessment consists of 3 assessment moments: 1) Written assignment and oral presentation on a previously given question (20%), 2) Teste (30%), 3) Written frequency (50%). The final exam will be students who have chosen this assessment model or those who have failed the continuous assessment.

4.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino anteriormente descrita será complementada com slides síntese das exposições, artigos específicos sobre temas concretos e debate de casos reais assegurando a aquisição de conhecimentos e de competências para aplicação em contexto real.

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodology described above will be complemented by slides summarizing the expositions, specific articles on concrete topics and real case discussion ensuring the acquisition of knowledge and skills for real-world application.

4.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

BREALEY, Richard A., MYERS, Stewart C., ALLEN, Franklin (2016), Principles of Corporate Finance, 12th edition, McGraw Hill

CAIADO, Jorge (2016), Métodos de Previsão em Gestão, Edições Sílabo

Esperança, J. P., Matias, F. (2010). Finanças Empresariais. Texto (3ª Edição)

Mota, A. G. & Cláudia C. (2006). Finanças da Empresa. Lisboa: Booknomics

Mota, A. et al (2012). Investimentos Financeiros – Teoria e prática. Lisboa: Edições Sílabo (2ª Edição)

Mota, A. et al (2015). Finanças da Empresa – Teoria e prática. Lisboa: Edições Sílabo (5ª Edição)

Pires, C. (2013). Mercados e Investimentos Financeiros. Lisboa: Escolar Editora (3ª Edição)

Ross, S. A., Westerfield, R. W. & Jordan, B.D. (2010). Fundamentals of Corporate Finance, Published by McGraw-Hill/Irwin

Silva, E. S., Mota, C., Queirós, M. & Pereira, A. (2013). Finanças e Gestão de Riscos Internacionais. Porto, Vida Económica

Vieito, J. & Maquieira, C. (2013). Finanças Empresariais – Teoria e prática. Lisboa: Escolar Editora (2ª Edição)

Mapa IV - Gestão de Operações**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Gestão de Operações

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Operations Management

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

A Gestão de Operações (GO) constitui uma área importante da gestão que tem um efeito profundo na produtividade e no desempenho de qualquer negócio no mundo. GO respeita à criação de serviços e produtos de que todos nós dependemos. Esta unidade curricular proporciona uma introdução integrada à função operações, de uma forma realista e prática. Os alunos desenvolvem, neste contexto, uma compreensão abrangente sobre os principais problemas envolvidos e as técnicas aplicáveis mais atuais.

4.4.1.7.Observations:

Operations Management (OM) is an important area of management that has a profound effect on productivity and performance of any business in the world. OM is about creating the services and products that we all depend on. This curricular unit provides an integrated introduction to the operations function, in a realistic and practical way. In this context, students develop a comprehensive understanding of the main problems involved and the most current applicable techniques.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Ana Maria Ramires Príncipe dos Santos

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

O principal objetivo desta unidade curricular consiste em facultar aos alunos os conceitos e técnicas fundamentais aplicáveis na gestão de operações nas organizações.

No final da unidade, os alunos conhecerão as principais disciplinas aplicáveis na gestão de operações das organizações, assim como as principais técnicas envolvidas.

Os alunos tomarão ainda contato com algumas ferramentas aplicáveis no desenho e gestão de sistemas de logística e produção de bens e serviços.

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The main aim of this curricular unit is to provide a broad introduction to the concepts and techniques applied to the field of operations management. Students will develop the ability to approach and solve common problems in the operations function.

At the end of the unit, students will know the main applicable disciplines in the operations management of the organizations, as well as the main techniques involved.

Students will also contact some tools applicable in the design and management of logistics systems and production of goods and services.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

- 1. Gestão de Operações e Produtividade*
- 2. Estratégia das Operações*
- 3. A Gestão de Projetos*
- 4. A Previsão da Procura*
- 5. A Gestão da Qualidade*
- 6. O Controlo de Qualidade*
- 7. O Desenho do Processo*
- 8. O Planeamento da Capacidade*
- 9. Modelos de Filas de Espera*
- 10. A Decisão de Localização*
- 11. A Decisão de Implantação*
- 12. A Gestão de Existências*
- 13. A Gestão de Materiais, Sistemas MRP e ERP*
- 14. A Programação das Operações*

4.4.5.Syllabus:

- 1. Introduction to Operations Management*
- 2. Operations Strategy*
- 3. Project Management*
- 4. Forecasting*
- 5. Quality Management*
- 6. Quality Control*
- 7. Process Design*

8. *Capacity Planning*

9. *Queuing Theory*

10. *Location Decisions*

11. *Lay-out Decisions*

12. *Inventory Management*

13. *Material Management, MRP and ERP*

14. *Operations Scheduling*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Com vista ao cumprimento dos objetivos da unidade, os tópicos relativos às diversas disciplinas de gestão de operações são articulados e introduzidos com a profundidade necessária.

Nos capítulos 1 a 4 são apresentadas as áreas introdutórias de gestão de operações.

Nos capítulos 5 a 10 são apresentados os conceitos e técnicas relativos ao desenho das operações.

Nos capítulos 11 a 14 são tratadas as abordagens contemporâneas para gestão integrada de operações.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

To meet the unit's objectives, the topics related to the various operations management disciplines are articulated and introduced with the necessary depth.

Chapters 1 to 4 present the introductory areas of operations management.

In Chapters 5 to 10, the concepts and techniques related to the design of operations are presented.

Chapters 11 to 14 deal with contemporary approaches to integrated operations management.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas são teóricas e práticas. Nas teóricas, apresentam-se os conceitos e técnicas aplicáveis nas diversas vertentes da gestão de operações (GO), seguindo a bibliografia base, complementados pela apresentação e discussão de "video case studies". As aulas práticas baseiam-se na resolução de casos ilustrativos da aplicação dos conceitos e técnicas em situações correntes de GO nas organizações.

A avaliação pode ser contínua ou por exame.

A avaliação contínua inclui dois testes escritos, Teste intercalar e Prova Final, cada um cobrindo 50% dos conteúdos do programa. A aprovação é obtida se a nota do Teste intercalar não for inferior a 8 valores (não arredondada) e a média final dos dois testes não for inferior a 10 valores (arredondada).

A avaliação por exame inclui o Exame Final (escrito) que cobre todos os capítulos do programa. A aprovação é obtida se a nota do exame é igual ou superior a 10 valores (arredondada).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Classes are theoretical and practical. The theoretical classes present the concepts and techniques applicable in the various aspects of operations management (OM), following the established bibliography, and complemented by the presentation and discussion of "video case studies. The practical classes are based on the resolution of practical cases illustrative of the application of concepts and techniques in current situations of OM on organizations.

The assessment can be continuous or by final exam.

Continuous assessment includes two written tests, Intermediate and Final, each covering 50% of the syllabus. The student is passed if the midterm mark is not less than 8 (not rounded) and the overall grade is not less than 10 rounded).

Final exam evaluation includes a Final Exam (written) covering the whole syllabus. The final exam pass grade is 10 rounded).

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Tendo em vista os objetivos da UC, a metodologia de ensino envolve a apresentação dos conceitos teóricos associados a cada capítulo, seguindo-se aulas práticas em que a compreensão dos conceitos é reforçada mediante a aplicação dos mesmos na resolução de casos ("video case studies") e de problemas.

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Considering the course objectives, the teaching methodology involves the presentation of the theoretical concepts associated with each chapter, followed by practical classes in which the understanding of the concepts is reinforced by applying them in case resolution ("video case studies ") and problems.

4.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Heizer, J., Render, B., Munson, C. (2020). Operations Management, Sustainability and Supply Chain Management, 13 ed. Pearson

Chase, R., Jacobs, F. R., (2013). Operations and Supply Chain Management, 14ed. McGraw Hill

Slack, N., Brandon-Jones, A., Johnston, R, (2014). Operations Management, 7ed. Prentice Hall

Mapa IV - Plano de Negócios**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Plano de Negócios

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Business Plan

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

Estudo, compreensão e aplicação dos conceitos mais significativos referentes à análise e avaliação de Projetos de Investimento, na ótica de adição de valor às organizações. Dar-se-á especial atenção, desta maneira, às regras de avaliação de projetos de investimento e à incorporação de técnicas de análise do risco e da incerteza. Pretende-se, assim, que no final do semestre os alunos detenham os principais conceitos, modelos e ferramentas da análise, avaliação e gestão de projetos de investimento e que fiquem habilitados a realizar, analisar e avaliar um projeto de investimento relativo a um negócio, empresa ou organização.

4.4.1.7.Observations:

Study, understanding and application of the most significant concepts related to the analysis and evaluation of Investment Projects, from the perspective of adding value to organizations. Special attention will therefore be given to the rules for the evaluation of investment projects and the incorporation of risk and uncertainty analysis techniques. Therefore, at the end of the semester students will have the main concepts, models and tools for the analysis, evaluation and management of investment projects and be able to carry out, analyze and evaluate an investment project related to a business, company or organization.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

João Manuel de Jesus Pereira

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- 1. Elaborar um plano de negócios, prevendo a sua implementação e controlo;*
- 2. Conceber e executar testes a oportunidades de negócio;*
- 3. Definir e identificar modelos de negócio;*

4. Avaliar e escolher fontes de financiamento;
5. Proceder a análises económico-financeiras e seleccionar investimentos.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. Develop a business plan, foreseeing its implementation and control;
2. Design and execute tests on business opportunities;
3. Define and identify business models;
4. Evaluate and choose sources of funding;
5. Conduct economic and financial analysis and select investments.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

I. INTRODUÇÃO

II. CONCEPÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

- 2.1 Objetivo e organização do plano de negócios
- 2.2 Antes de elaborar o plano de negócios: o teste da oportunidade e a definição do modelo de negócios
- 2.3 Planeamento de marketing e do investimento
- 2.4 Análise económica e projeções financeiras
- 2.5 As fontes de financiamento

III. ANÁLISE E AVALIAÇÃO DO PROJECTO DE INVESTIMENTO

- 3.1 Avaliação económica e financeira do projeto
- 3.2 Critérios de avaliação e seleção
- 3.3 Decisão de investimento em contexto de incerteza

4.4.5. Syllabus:

I. INTRODUCTION

II. DESIGN OF A BUSINESS PLAN

- 2.1 Purpose and organization of the business plan
- 2.2 Before Drafting the Business Plan: Testing the Opportunity and Defining the Business Model
- 2.3 Marketing and Investment Planning
- 2.4 Economic analysis and financial projections
- 2.5 The sources of funding

III. INVESTMENT PROJECT ANALYSIS AND EVALUATION

- 3.1 Economic and financial evaluation of the project
- 3.2 Evaluation and selection criteria
- 3.3 Investment decision in a context of uncertainty

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos são coerentes com e correspondem aos objetivos definidos para a unidade curricular, porquanto aqueles referem-se a áreas de atividade empresarial, com especial incidência na geração e teste de oportunidades de negócio, no desenho de propostas de valor e de modelos de negócio, e na elaboração e defesa de planos de negócio.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus is consistent with and corresponds to the objectives defined for the course, as they refer to areas of business activity, with particular focus on generating and testing business opportunities, designing value propositions and business models, and in the preparation and defense of business plans.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Utiliza-se uma metodologia de ensino que fomenta a aprendizagem ativa por parte dos alunos, permitindo a ligação com a experiência e conhecimentos de cada um e a criação/construção de conhecimento com base nas próprias pesquisas.

As principais técnicas de ensino são:

- Exposição oral;
- Perguntas e respostas (e debate das principais questões);
- Estudo e Resolução de Casos Práticos/Problemas;
- Pesquisas pontuais dirigidas na sala de aulas ou na internet/mercado;
- Participação em seminários/workshops com profissionais com elevadas competências técnicas nas diferentes áreas abordadas;
- Desenvolvimento de trabalho individual;
- Desenvolvimento do trabalho de grupo (exposição crítica de leitura e sua discussão em sala de aula).

Avaliação Contínua

- 1) Projeto: elaboração, avaliação e defesa de um Plano de Negócios (50% da nota final)
- 2) Teste escrito individual (50% da nota final)

Avaliação Final
Exame escrito (100%)

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

It is used a teaching methodology that encourages active learning by students, allowing the connection with their experience and knowledge and the creation / construction of knowledge based on their own research.

The main teaching techniques are:

- *Oral exposition;*
- *Questions and answers (and discussion of key questions);*
- *Study and Discussion of Case Studies / Problems;*
- *Specific research conducted in the classroom or on the internet / market;*
- *Participation in seminars / workshops with professionals with high technical skills in the topics covered;*
- *Individual work development;*
- *Development of group work (critical reading and its discussion in the classroom).*

Continuous Evaluation

1) Project: elaboration, evaluation and discussion of a Business Plan (50% of the final grade)

2) Individual Written test (50% of the final grade)

Final Evaluation

Written exam (100%)

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As metodologias de ensino utilizadas são coerentes com os objetivos definidos para a unidade curricular, porquanto aquelas metodologias adequam-se a áreas de atividade empresarial, com especial incidência na gestão de projetos de investimento e plano de negócios.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodologies used are consistent with the objectives defined for the course, as those methodologies are suitable for areas of business activity, with special focus on the management of investment projects and business planning.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

BARRINGER, B. (2015). Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach. Pearson, 2nd Edition. Pearson

BARRINGER, B.; IRELAND, R. (2019). Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, 6th Edition. Pearson

MULLINS, J.W. (2018). The New Business Road Test: What entrepreneurs and investors should do before launching a lean start-up, 5th Edition. Pearson

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers. John Wiley & Sons

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.; SMITH, A.; BERNARDA, G.; PAPADAKOS, P. (2014). Value Proposition Design. John Wiley and Sons.

SOARES, I.; COUTO, J.; MOREIRA, J.; PINHO, C. (2015). Decisões de Investimento - Análise financeira de projetos, 4ª Edição. edições sílabo

Soares, R., Pimentel, L. & Sabino, A. (Ed.). (2020). O Livro do Empreendedorismo - Guia teórico-prático para criar um negócio de sucesso. Lisboa: Actual Editora.

Mapa IV - Criação e Gestão de Marcas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Criação e Gestão de Marcas

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Brand Creation and Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MKT

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

A evolução do marketing nos últimos anos tem-se focado na construção de marcas sólidas sustentadas em estratégias globais de Branding com potencial de atração de novos públicos, e, simultaneamente de fidelização de seguidores e conversão de diferentes segmentos.

Após a frequência desta unidade curricular, é esperado que os estudantes tenham desenvolvido as competências e conhecimento necessários que estimulem o pensamento crítico e a compreensão sobre a construção e gestão das marcas e o Branding em geral, utilizando ferramentas multidisciplinares.

4.4.1.7.Observations:

The evolution of marketing in recent years has focused on building solid brands based on global Branding strategies with the potential to attract new audiences, and, simultaneously, loyalty of followers and conversion of different segments.

After attending this course, students are expected to have developed the necessary skills and knowledge that stimulate critical thinking and understanding about brand building and branding in general, using multidisciplinary tools.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Raquel Vanessa Reis Silva Ferreira Soares

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No final desta UC, o estudante deverá ser capaz de:

OA1. Compreender a relevância das marcas na sociedade contemporânea: as marcas não são invenções dos empresários, mas sim uma necessidade das sociedades

OA2. Compreender o que é uma marca, a sua complexidade e suas diferentes dimensões

OA3. Compreender como e porque é que as marcas são ativos financeiros relevantes das organizações

OA4. Compreender o processo de auditoria ao universo da marca utilizando as ferramentas possíveis e as mais adequadas num determinado contexto

OA5. Desenvolver uma arquitetura de marca que valorize a oferta total da organização

OA6. Compreender o processo de construção de marcas, incluindo o desenvolvimento de proposta de valor

OA7. Aplicar o conceito de marcas no mundo digital, com o desenvolvimento de competências ao nível do marketing de conteúdo e gestão de redes sociais

4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

At the end of this course, the student should be able to:

LO1. Understand why brands are relevant in contemporary society: brands are not inventions of entrepreneurs, but a necessity of societies

LO2. Understand what a brand is, its complexity and its different dimensions

LO3. Understand how and why brands are relevant financial assets of organizations

LO4. Understand the auditing process of the brand universe using the possible and the most adequate tools in a specific context

LO5. Develop a brand architecture that enhances the organization's total offer

LO6. To understand the process of brand building, including the development of the value proposition

LO7. Apply the concept of brands in the digital world, with the development of skills in content marketing and social media management

4.4.5.Conteúdos programáticos:

CP1 Introdução de Conceitos

Conceito e diferentes perspetivas e visões acerca da marca

Consumidor e Imagem de Marca vs Gestor e Identidade de Marca

CP2 A Marca é Mais do que um Produto

Marca Diferencia e Comunica

CP3 Valor da Marca

Modelo Aaker

Modelo Keller

Modelo Valorização da Interbrand

CP4 Diferentes perspetivas de uma marca

Marca como produto

Marca como pessoa

Marca como símbolo

Marca como organização

CP5 Construção da Marca

Análise ao Universo da Marca
Construção da Proposta de Valor da Marca
CP6 Gestão do Sistema de Marca
Arquitetura de Marca
Quantas marcas?
Tipologias de marca
CP7 Implementação da identidade de marca
Brand positioning statement
CP8 Branding no digital
Content Marketing
Plataformas e Redes Sociais

4.4.5.Syllabus:

S.1 Introduction
Concept and different perspectives and visions about the brand
Consumer and Brand Image vs Manager and Brand Identity
S.2 The Brand is more than a Product
Brand differentiates and communicates
S.3 Brand Value
Aaker model
Keller model
Interbrand's Valuation Model
S.4 Different perspectives of a Brand
Brand as product
Brand as a person
Mark as symbol
Branding as an organization
S5 Brand Building
Analysis of the Brand Universe
Construction of the Brand Value Proposition
S6 Brand System Management
Brand Architecture
How many brands?
Brand typologies
S7 Implementation of Brand Identity
Brand positioning statement
Relations with agencies – briefings
S8 Branding on digital
Content Marketing
Platforms and Social Networks

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A demonstração da coerência entre os objetivos de aprendizagem (OA) e os conteúdos programáticos (CP) é a seguinte:
OA1: CP1 CP2
OA2: CP4
OA3: CP3
OA4: CP5
OA5: CP6
OA6: CP5
OA7: CP7 CP8

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The demonstration of coherence between the learning outcomes (LO) and the syllabus contents (S) is the following:
LO1: S1 S2
LO2: S4
LO3: S3
LO4: S5
LO5: S6
LO6: S5
LO7: S7 S8

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Metodologias de Ensino:
Lecionação de carácter teórico-prático e em orientação tutorial. São utilizados os seguintes métodos pedagógicos: Método Expositivo; Método Demonstrativo; Método Interrogativo; Método Ativo.
De acordo com o Regulamento de Avaliação, a Avaliação Contínua nesta UC será a seguinte:
50%: Trabalho individual, com apresentação oral e relatório escrito
50%: Teste teórico individual
O trabalho individual contribuirá uma para a construção do Projeto Final, de forma total ou parcial, que o estudante irá desenvolver. Esta componente poderá tanto ter um cariz teórico, em que o estudante discute, com recurso a literatura,

a análise contextual em que operam as instituições, ou empírico, em que o estudante, através da utilização de métodos e técnicas de análise, recolhe e trata dados relevantes.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Teaching Methodologies:

Teaching of theoretical and practical nature and in tutorial guidance. The following teaching methods are used: Expository Method; Demonstrative Method; Interrogative Method; Active Method.

In this course the Continuous Evaluation, according to the Evaluation Regulation, will be the following

50%: Individual work, with oral presentation and written report

50%: Individual theoretical test

The individual work will contribute to the construction of the Final Project, in whole or in part, that the student will develop. This component may be either theoretical, in which the student discusses, using literature, the contextual analysis in which institutions operate, or empirical, in which the student, through the use of methods and techniques of analysis, collects and processes relevant data.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

a. A apresentação e análise dos vários pontos do programa respeita uma sequência equilibrada pela associação do carácter teórico-prático com a promoção de discussão de casos que suportam cada ponto do programa

b. Os métodos pedagógicos aplicados na UC (Método Expositivo, Método Demonstrativo, Método Interrogativo e Método Ativo) são concorrentes com os objetivos da UC, permitindo-se lecionar com consistência todos os conteúdos programáticos da UC.

c. As metodologias de ensino utilizadas na UC conferem a necessária adequabilidade para uma aprendizagem consistente e esclarecedora, o que permite posteriormente uma avaliação de conhecimentos rigorosa e objetiva.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

a. The presentation and analysis of the various aspects of the syllabus correspond to a balanced sequence between the theoretical and the practical classes with the discussion of cases for each point of the unit program.

b. The teaching methods applied in the curricular unit (Expository Method, Demonstrative Method, Interrogative Method, and Active Method) are concurrent with the objectives of the curricular unit.

c. The teaching methodologies provide the necessary adequacy for consistent and illuminating learning, allowing further evaluation of knowledge through accurate and objective practices.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Aaker, D. (2014). Aaker on branding: 20 principles that drive success. Morgan James Publishing.

Geurin, A. N., & Burch, L. M. (2017). User-generated branding via social media: An examination of six running brands. Sport Management Review, 20(3), 273-284.

Holt, D. (2016). Branding in the age of social media. Harvard business review, 94(3), 40-50.

Kapferer, J. (2013). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking (5th ed), New York:Kogan

Kohli, C., Suri, R., & Kapoor, A. (2015). Will social media kill branding? Business Horizons, 58(1), 35-44.

Okonkwo, U. (2016). Luxury fashion branding: trends, tactics, techniques. Springer.

Punjaisri, K., & Wilson, A. (2017). The role of internal branding in the delivery of employee brand promise. In Advances in corporate branding (pp. 91-108). Palgrave Macmillan, London.

Wheeler, A. (2017). Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team. John Wiley & Sons.

Mapa IV - Desenvolvimento Pessoal e Social II

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Desenvolvimento Pessoal e Social II

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Personal and Social Development II

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CSH

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):*Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):**

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

Considerando a importância de competências transversais para o desenvolvimento académico e profissional, a presente unidade curricular tem como objetivo promover a aquisição e desenvolvimento de pessoais e relacionais que permitam aos futuros gestores desempenhar eficazmente a sua função, bem como integrarem o mercado de trabalho e gerirem as suas carreiras.

4.4.1.7.Observations:

Considering the importance of soft skills for academic and professional development, this curricular unit aims to promote the acquisition and development of personal and relational skills that allow future managers to effectively perform their function, as well as integrate the labor market and manage their careers.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Sandra Cristina Vilaverde Pinto Gomes de Oliveira***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Após frequentar esta Unidade Curricular, o estudante será capaz de:**OB1 - Desenvolver um plano de marketing pessoal.**OB2 - Desenvolver uma atitude positiva face às competências transversais, ao seu desenvolvimento e aplicação**OB3 - Refletir sobre os recursos adicionais autonomamente, que sustentem as escolhas e argumentação relativamente a questões relacionadas com a gestão de carreira e as competências a desenvolver ao longo da vida***4.4.4.Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***The student will be able to:**OB1 - Develop a personal marketing plan.**OB2 - Develop a positive attitude towards transversal skills, their development and application**OB3 - Reflect on additional resources autonomously, that support choices and argumentation regarding issues related to career management and skills to develop throughout life***4.4.5.Conteúdos programáticos:***OB1. Marketing pessoal**Análise interna e externa**Definição de objetivos de carreira**Proposta de valor e sucesso pessoal**Estratégias, táticas e plano de ação**OB2. Desenvolvimento da relação do eu com o(s) outro (s)**Trabalho em equipa**Aproximação ao mercado de trabalho**Utilização das redes sociais, no acesso ao mercado**OB3. Projeto final – Eu, os outros e o mercado (Portfolio final)***4.4.5.Syllabus:***S1. Personal marketing**1.1 Internal and external analysis**1.2 Definition of career objectives**1.3 Value proposition and personal success**1.4 Strategies, tactics, and action plan**S2. Development of the relationship with the self, and with the other(s)*

2.1 Teamwork**2.2 Approaching the labor market****2.3 Use of social networks, in the access to the market****S3.Final Project - Me, the others and the market (Final Portfolio)****4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

Os conteúdos programáticos definidos para esta UC permitem atingir os objetivos definidos. Desta forma, há uma correspondência entre os objetivos e os tópicos dos conteúdos que pode ser descrita da seguinte forma:

OB1 - Tópicos 1 , 2 e 3 dos conteúdos

OB2 - Tópico 3 dos conteúdos

OB3- Tópicos 2 e 3 dos conteúdos

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The programmatic contents defined for this subject allow the defined objectives to be met. Thus, there is a correspondence between the objectives and the content topics that can be described as follows:

OB1 - Topics 1 , 2 and 3

OB2 - Topic 3

OB3- Topics 2 and 3

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O estudante poderá inscrever-se numa das modalidades de avaliação: contínua, periódica e final. Com implicações distintas em termos de obrigatoriedade de presença em aulas e tipologias de trabalho a realizar. Esta UC terá algumas especificidades de funcionamento, articulando momentos de trabalho em grande grupo, momentos de trabalho em grupos restritos e momentos de trabalho individual.

4.4.7.Teaching methodologies (including students' assessment):

The student may enroll in one of the evaluation modalities: continuous, periodic, and final. With different implications in terms of compulsory class attendance and types of work to be done. This subject will have some specificities of functioning, articulating moments of work in large group, moments of work in small groups and moments of individual work.

4.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Tendo esta UC a pretensão de desenvolver competências na área de marketing pessoal e gestão de carreiras, as metodologias a usar terão que obrigatoriamente permitir aos estudantes a experimentação, a vivência e o desenvolvimento das referidas competências. Assim, consideramos que as metodologias mais adequadas serão as dos métodos ativos de aprendizagem, com recurso nomeadamente a trabalhos de grupo, trabalho individual e estudos de caso.

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

As this course aims to develop skills in the area of personal marketing and career management, the methodologies to be used will necessarily have to allow students to experience, live and develop the mentioned skills. Thus, we consider that the most appropriate methodologies are those of active learning methods, namely group work, individual work and case studies.

4.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Belbin, R. M. (2012). Team Roles at Work. Abingdon, Oxon: Routledge

Cunha, M.P., Rego, A., Campos, R. Cabral-Cardoso, C., Neves, P. (2016), Manual de Comportamento Organizacional. 8ª ed. Lisboa: RH Editores

Fachada, O. (2018). Psicologia das relações interpessoais. 3ªedição. Lisboa: Edições Sílabo

Forsyth, D. R. (2018). Group dynamics. Cengage Learning

Goleman, D. (2010). Inteligência Emocional. 14ªedição. Temas e Debates Editores

Medeiros, F. (2019). Inteligência Emocional E Programação Neurolinguística Na Construção Do Marketing Pessoal. Clube de Autores

Rizzo, C. (2017). Marketing pessoal no contexto pós-moderno. Editora Trevisan

Rosenberg, St. Heimler, R. & Morote, E. (2012). Basic employability skills. A triangular design approach. Education and

Training, 54(1):7-20.

Sawyer, R. (2006). Explaining creativity: The science of human innovation. Oxford University Press

Voogt, J., Pareja Roblin, N. (2010). 21st Century Skills. University of Twente: Enschede

Mapa IV - Estágio /Projeto Final

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Estágio /Projeto Final

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Internship/Final Project

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

300

4.4.1.5.Horas de contacto:

28

4.4.1.6.Créditos ECTS:

12

4.4.1.7.Observações:

Sendo esta uma unidade curricular de fim de ciclo de estudos, os estudantes trabalham em conjunto com uma empresa para desenvolver um projeto final relevante que crie valor e onde possam aplicar os conhecimentos, ferramentas analíticas e conceptuais, assim como as competências adquiridas nas diferentes unidades curriculares. Assim sendo, o objetivo é integrar num trabalho, e com uma perspetiva crítica, os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura (elaboração de um projeto final) que se pretende o mais prático e aplicado possível. Esses conhecimentos podem ser, igualmente, integrados numa realidade organizacional sendo-lhe possibilitada a imersão profissional sob a forma de estágio curricular.

4.4.1.7.Observations:

Being an end-of-course subject, students are required to work together with a company to develop a relevant project that creates value and where they can apply the knowledge, analytical, and conceptual tools, as well as skills, gained in the classes of the different course units. Thus, the aim is to integrate in a work, and in a critical perspective, the knowledge acquired during the degree (preparation of a final project) that is intended to be as practical and applied as possible. That knowledge can also be integrated into an organizational reality where professional immersion is possible in the form of internship.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Teresa Maria Aragonez Afonso Bicho

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

Sílvia Maria Bandeira da Silva Caniço

4.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

OA1: Promover a aquisição, pelos estudantes, das competências necessárias ao diagnóstico, análise e dinamização de práticas de Gestão de Negócios numa empresa em contexto real, seja sob a forma de projeto ou sob a forma de estágio.

OA2: Desenvolver nos estudantes as capacidades organizativas na preparação de trabalhos técnicos que exijam o recurso, de forma integrada, a várias áreas do conhecimento científico e à sustentação objetiva de propostas para a Gestão de Negócios.

De forma a permitir uma abordagem mais estruturada dos objetivos específicos a alcançar (resultados da aprendizagem), podemos referir-nos às especificidades do saber e do fazer de uma forma resumida. Assim, o projeto pode assumir as seguintes tipologias: Estágio Experimental, Estágio residencial e Estágio Laboratorial.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

LO1: To promote the acquisition, by students, of the necessary skills for the diagnosis, analysis and dynamization of Business Management practices in a company in a real context, either as a project or as an internship.

LO2: To develop students' organizational skills in the preparation of technical work requiring the integrated use of several areas of scientific knowledge and the objective support of proposals for Business Management.

In order to allow a more structured approach to the specific objectives to be achieved (learning outcomes), the specifics of knowing and doing can be referred to in a summarized way. Thus, the project can take the following typologies: Experiential Internship, Residential internship and Laboratorial internship.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

O relatório de projeto ou relatório de estágio a preparar, apresentar e defender, deverá obedecer a uma estrutura que abranja todas as fases do processo de investigação científica devidamente ajustados à metodologia aplicada ao tema a investigar. Pretende-se que reflita uma análise crítica, devidamente sustentada pela teoria bem como pela prática. Não obstante, cada modalidade de trabalho deverá ter uma estrutura própria e ajustada aos seus objetivos.

Estrutura de projeto:

Capa

Índice Geral

Lista de Quadros/Abreviaturas/Anexos

Resumo

Introdução

Revisão de Literatura

Diagnóstico e objetivos do projeto

Metodologia

Análise de Dados

Discussão

Conclusão

Referências

Anexos

Estrutura de relatório de estágio:

Capa

Índice Geral

Lista de Quadros/Abreviaturas/Anexos

Sumário Executivo

Introdução

Revisão de Literatura

Diagnóstico e objetivos do projeto/Plano de Estágio

Apresentação da Empresa

Descrição das Tarefas

Discussão/Análise Crítica e proposta de melhoria

Conclusão

Referências

Anexos

4.4.5. Syllabus:

The project report or internship report to prepare, present and discuss must obey a structure that covers all phases of the scientific research process properly adjusted to the methodology applied to the subject to be investigated. It is intended to reflect a critical analysis, duly supported by theory as well as practice. Nevertheless, each typology of report should have its own structure adjusted to its objectives.

Example of the project structure:

Cover

General Index

List of Tables/Abbreviations /Appendices

Abstract

Introduction

Review of Literature

Diagnosis and project goals

Methodology/Company Presentation

Data Analysis

Discussion

Conclusion

References

Appendices

Example of the internship report structure:

Cover

General Index

List of Tables/Abbreviations /Appendices

Executive Summary

Introduction

Review of Literature

Internship Plan

Company Presentation
 Data Analysis
 Critical Analysis/Improvement proposal
 Conclusion
 References
 Appendices

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As sessões tutoriais irão permitir desenvolver nos estudantes as capacidades organizativas na preparação de trabalhos técnicos que exijam o recurso, de forma integrada, a várias áreas do conhecimento científico. Por outro lado, a realização de um projeto com uma aplicação ao mundo real ou a imersão do estudante numa realidade organizacional, concorre para a aquisição das competências necessárias no âmbito da gestão de negócios.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Tutorial sessions will allow students to develop organizational skills in the preparation of technical work requiring the integrated use of several areas of scientific knowledge. On the other hand, the realization of a project with a real-world application or the immersion of the student in an organizational reality, contributes to the acquisition of the necessary skills in the field of business management.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Tipologias de estágio:

Experiencial - possibilitar um primeiro contacto com o mundo empresarial na sua vertente da Gestão de Negócios; promover a interligação teórico-prática

Residencial - aplicar conhecimentos adquiridos e resolver problemas da área de Gestão de Negócios no âmbito de uma situação real da empresa onde trabalham ou não, direcionado para estudantes que já estão no mercado de trabalho

Laboratorial - desenvolver os conhecimentos de Gestão de Negócios adquiridos, aprofundando temas específicos que integrem conhecimentos interdisciplinares, desenvolvendo a capacidade de análise, reflexão, espírito crítico e metodologias de investigação científica

Os estudantes são acompanhados por um orientador do IPAM e por um supervisor na entidade acolhedora. O orientador reúne periodicamente com o estudante, para orientação na elaboração do relatório de estágio ou projeto. A avaliação terá por base um relatório final individual, e sua defesa oral, com uma ponderação de 100%.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Internship typologies:

Experiential - to allow a first contact with the enterprise world in its Business Management aspect; to promote the theoretical-practical interconnection

Residential - to apply acquired knowledge and solve problems in the area of Business Management in the context of a real situation of the company where they work or not, aimed at students who are already in the labour market

Laboratory - develop the knowledge of Business Management acquired, deepening specific topics that integrate interdisciplinary knowledge, developing the capacity for analysis, reflection, critical thinking and scientific research methodologies

Students are accompanied by an IPAM tutor and by a supervisor at the host institution. The supervisor meets periodically with the student to guide him in the elaboration of the internship report or project.

The evaluation will be based on an individual final report, and its oral defense, with a weighting of 100%.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Sendo de cariz eminentemente prático e bastante abrangente, o acompanhamento e a avaliação são feitos pelo orientador e pelo supervisor da entidade acolhedora, caso se aplique, e com base num relatório final e na sua apresentação. As sessões tutoriais irão permitir desenvolver as capacidades organizativas dos estudantes na preparação de trabalhos técnicos que exijam o recurso, de forma integrada, a várias áreas do conhecimento científico. Por outro lado, a imersão do estudante numa realidade organizacional, concorre para a aquisição das competências necessárias à realização do diagnóstico das práticas de gestão de negócios implementadas nesse contexto.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Being the internship eminently practical and quite comprehensive, it makes sense that the monitoring and evaluation are made by the supervisor and the host entity, if applicable, and based on a final report and its presentation. Tutorial sessions will allow students to develop organizational skills in the preparation of technical assignments that require the integrated use of several areas of scientific knowledge. On the other hand, the immersion of the student in an organizational reality contributes to the acquisition of the necessary skills for the diagnosis of the business management practices implemented in this context.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

American Psychological Association, sponsoring body, issuing body. (2020). Publication manual of the American Psychological Association: the official guide to APA style. (Seventh edition.). American Psychological Association.

Bryman, A., & Bell, E. (2015). Business research methods. Oxford University Press, USA.

Coutinho, C. P. (2014). Metodologia de investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e prática (2ª ed.). Coimbra:

Almedina.

Jesson, J., Matheson, L., & Lacey, F. M. (2011). *Doing your literature review: Traditional and systematic techniques*. Sage.

Punch, K. F. (2013). *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches*. Sage.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. Pearson education.

Thomas, G. (2017). *How to Do Your Research Project: A Guide for Students*. Sage.

Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications.

Mapa IV - Inovação e Desenvolvimento de Produto

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Inovação e Desenvolvimento de Produto

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Innovation and Product Development

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MKT

4.4.1.3.Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5.Horas de contacto:

56

4.4.1.6.Créditos ECTS:

6

4.4.1.7.Observações:

A inovação é um dos principais impulsionadores do sucesso para a competitividade de uma organização. Considerando que a inovação passou a estar mais presente nas agendas dos decisores, torna-se muito crítico entender a forma estratégica como esta deve ser apoiada e desenvolvida de uma forma global dentro das organizações. Este contexto requer um certo grau de adaptação à mudança, o que envolve a aquisição de novas habilidades e capacidades de inovação para capturar oportunidades e melhorar o desempenho organizacional. Pretende-se assim, que esta conceitualização acompanhada pela disseminação de exemplos de inovação, estimule uma cultura de inovação dentro das organizações. Fazendo uma ligação com a indústria e o mercado, serão apresentados casos de estudos de inovação, que permitem mostrar aos estudantes como as várias teorias podem ser materializadas na prática, debatendo a sua utilidade e também limitações.

4.4.1.7.Observations:

Innovation is one of the main drivers of success for an organization's competitiveness. Considering that in recent years innovation has become more present on the decision-makers' agendas, it is very critical to understand the strategic way in which it should be globally supported and developed within organizations. This context requires a certain degree of adaptation to change, which involves the acquisition of new skills and innovative capacities to capture opportunities and improve organizational performance. It is intended, therefore, that this conceptualization accompanied by the dissemination of examples of innovation, stimulates a culture of innovation within organizations. Making a connection with the industry and the market, cases of innovation studies will be presented, which allow students to show how the various theories can be materialized in practice, debating their usefulness and also limitations.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Fernando António Pinto da Silva Santos

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No final da unidade curricular o estudante deverá ser capaz de:

1. *Compreender os pilares da inovação empresarial*
2. *Explicar, de uma forma global, os principais aspetos do ciclo de vida da inovação e a sua importância para o crescimento do negócio*
3. *Definir o que é e como se pode desenvolver uma cultura de inovação*
4. *Identificar, selecionar e aprender, de uma forma global, a usar processos, métodos e ferramentas de inovação, sejam digitais ou analógicas*
5. *Saber como aplicar métodos diferentes para desenvolver novos produtos e serviços*
6. *Relacionar o desenvolvimento de novos produtos e serviços com a seleção da estratégia de inovação*
7. *Compreender a importância da experiência do cliente e do envolvimento do cliente no desenvolvimento de novos produtos e serviços*
8. *Aprender a gerir, construir e liderar uma equipa de inovação*
9. *Saber comunicar a inovação às partes interessadas*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

At the end of the course, students are expected to be able to:

1. *Understand the pillars of business innovation*
2. *Explain, the overall and main aspects of the innovation life cycle and its importance for business growth*
3. *Define what is and how can a company develop a culture of innovation*
4. *Identify, select and learn to use global innovation methods and tools, whether digital or analog*
5. *Understand how to apply different methods to develop new products and services*
6. *Associate the development of new products and services to the selection of the innovation strategy*
7. *Understand the importance of customer experience and customer involvement in the development of new products and services*
8. *Learn to manage, build and lead an innovation team*
9. *Know how to communicate innovation to stakeholders*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

CP1 Invenção e inovação, criatividade e inovação, ambidestria e abordagens de inovação e empreendedorismo

CP2 Introdução às principais abordagens de inovação: design thinking, co-creation e lean startup, gamification, waterfall/stage Gate, agile stage-gate

CP3 Inovação aberta: inovação dos fornecedores, colaboração startups, e alianças entre a indústria e IES

CP4 Gestão de inovação: estratégia, front-end (geração, seleção, desenvolvimento de protótipos, back-end e gestão da propriedade intelectual)

CP5 Proposta de valor e modelos de negócio de inovação

CP6 Cultura de inovação: componentes-chave da cultura de inovação, cultura de design e inovação, clima de inovação, o papel da liderança, equipas de inovação

CP7 Normas de Gestão da Inovação: PDMA e ISO

CP8 Comunicação da inovação: narrativa, técnicas de argumentação de venda e persuasão

CP9 Tendências para o desenvolvimento de novos produtos / remodelação de produtos

CP10 Etapas e procedimentos para o desenvolvimento de produtos

4.4.5. Syllabus:

S1. Invention and innovation, creativity and innovation, ambidexterity and approaches to innovation and entrepreneurship

S2. Introduction to key innovation approaches: design thinking, co-creation and lean startup, gamification, waterfall/stage gate, agile stage-gate

S3. Open innovation: supplier innovation, collaborative startups, and alliances between industry and HEIs

S4. Innovation management: strategy, front-end (generation, selection, prototype development, back-end and intellectual property management)

S5. Value proposition and innovation business models

S6. Innovation culture: key components of innovation culture, design and innovation culture, innovation climate, the role of leadership, innovation teams

S7. Innovation Management Standards: PDMA and ISO

S8. Innovation communication: storytelling, sales argumentation and persuasion techniques

S9. Trends in new product development / product redesign

S10. Stages and procedures for product development

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos ajudam a criar um pensamento de inovação sustentado por modelos e boas práticas de inovação, assegurando que os estudantes conseguem identificar e aplicar os métodos mais adequados a diferentes desafios. Este percurso proporciona aos estudantes um conhecimento completo sobre o processo de inovação, onde a inovação pode ser encontrada dentro e fora da organização, e acerca dos fatores que tornam uma organização inovadora.

Nesta UC, a demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem, é feita da seguinte forma:

OA1. CP1 CP2

OA2. CP3 CP4

OA3. CP6

OA4. CP2 CP3 CP4
 OA5. CP7 CP9 e CP10
 OA6. CP3 CP4 CP5
 OA7. CP3 CP4 CP5
 OA8. CP6
 OA9. CP8

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus helps to create an innovation thinking supported by models and good innovation practices in business environments, ensuring that students are able to identify and apply the most appropriate methods to different challenges. This path provides students with complete knowledge about the innovation process, where innovation can be found inside and outside the organization and the factors that make an organization innovative.

In this course, the demonstration of the coherence of the programmatic contents with the learning objectives is done as follows:

LO1. CP1 CP2
 LO2.S3 S4
 LO3. S6
 LO4. S2 S3 S4
 LO5. S7 S9 S10
 LO6. S3 S4 S5
 LO7. S3 S4 S5
 LO8. S6
 LO9. S8

4.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Em termos de metodologia de ensino, esta UC utiliza uma combinação de i) sessões teóricas com aulas expositivas e leituras; ii) análise e reflexão sobre estudos de caso, que recriam ou retratam situações do mundo real iii) exercícios em grupo. As aulas serão entregues de forma interativa incentivando a participação de todos. Algumas sessões podem incluir palestrantes externos de empresas inovadoras.

Avaliação contínua (100% no período letivo), com uma componente individual (40%) e uma componente de grupo (60%).

A avaliação irá ser realizada através de um trabalho em grupo, um projeto de criação de um conceito de um novo produto/serviço/modelo negócio. A unidade curricular considera também um momento de avaliação individual, um ensaio sobre um tema à sua escolha que será selecionado de uma lista a publicar pelo docente no início do semestre.

4.4.7.Teaching methodologies (including students' assessment):

In terms of teaching methodology, this UC uses a combination of i) theoretical sessions with lectures and lectures; ii) analysis and reflection on case studies, which recreate or portray real-world situations iii) group exercises. Classes will be delivered interactively, encouraging everyone to participate. Some sessions may include external speakers from innovative companies.

Continuous assessment system (100% during the academic period). The evaluation takes place in both individual (40%) and team configuration (60%).

The evaluation will be carried out through group work, a project to create a concept for a new product / service / business model. The course unit also considers a moment of individual evaluation, an essay on a topic of your choice that will be selected from a list to be published by the teacher at the beginning of the semester.

4.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A componente prática da metodologia de ensino é baseada na resposta a um problema concreto (o projeto de grupo a ser desenvolvido pelos estudantes). A aprendizagem ocorre através do fazer, onde a dinâmica de grupo promove um processo iterativo com a assunção de erros e a necessidade de refazer.

Estes métodos mais participativos tornam os estudantes mais envolvidos na descoberta dos princípios da inovação. A utilização de ferramentas analíticas, quantitativas e / ou qualitativas e na tomada de decisão em situações complexas, também facilitam o desenvolvimento de competências na resolução de problemas. Em complemento, outros métodos serão aplicados durante as aulas, como exercícios e jogos, criando oportunidades fáceis de participação (por exemplo, expressar opiniões, concordar ou discordar dos outros).

4.4.8.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The practical component of the teaching methodology is based on the answer to a specific problem (the group project to be developed by the students). Learning occurs through doing, where group dynamics promote an iterative process with the assumption of errors and the need to redo.

These more participatory methods make students more involved in discovering the principles of innovation. The use of analytical, quantitative and / or qualitative tools and in decision making in complex situations, also facilitate the development of skills in problem solving. In addition, other methods will be applied during classes, such as exercises and games, creating easy opportunities for participation (for example, expressing opinions, agreeing or disagreeing with others).

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Cantamessa, M., & Montagna, F. (2016). Management of innovation and product development. London: Springer.

Gaubinger, K., Rabl, M., Swan, S., & Werani, T. (2015). Innovation and product management. Innovation and product management: A holistic and practical approach to uncertainty reduction, 83-113.

Geoffrey A. Moore (2014). Crossing the Chasm: Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers. 3rd edition. Harper Business.

O'Reilly, C., & Binns, A. J. (2019). The three stages of disruptive innovation: idea generation, incubation, and scaling. California Management Review, 61(3), 49-71.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want (Vol. 2). John Wiley & Sons.

Ramaswamy, V., & Ozcan, K. (2020). The co-creation paradigm. Stanford University Press.

Mapa IV - Negócios e Marketing Internacional**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Negócios e Marketing Internacional

4.4.1.1. Title of curricular unit:

International Business and Marketing

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

ECG

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

56

4.4.1.6. Créditos ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

O principal objetivo desta UC é apresentar uma visão geral dos desafios empresariais que as empresas enfrentam num contexto global. Esta UC permite associar, de uma forma harmoniosa e coerente, o marketing aos negócios internacionais, habilitando os estudantes a uma melhor compreensão do papel relevante do marketing na gestão das organizações, bem como dos processos de internacionalização das empresas e de globalização da economia.

4.4.1.7. Observations:

The main objective of this course is to present an overview of the business challenges that companies face in a global context. This course allows students to associate, in a harmonious and coherent way, marketing and international business, enabling them to better understand the relevant role of marketing in the management of organizations, as well as the processes of internationalization of companies and globalization of the economy.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Francisco Manuel Coelho da Silva

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

OA1. Descrever e enquadrar o conceito de inteligência económica e de negócios internacionais face às novas realidades económica, cultura e social à escala planetária

OA2. Interpretar as linhas de pensamento numa envolvente empresarial global, complexa, incerta e interativa

OA3. Identificar os principais mecanismos e manobras de inteligência económica e de negócios internacionais das empresas, grandes, médias e pequenas no que se refere aos mercados internacionais

OA4. Desenvolver a capacidade analítica e a visão sistémica num mundo em mutação constante, com fronteiras desmanteladas

OA5. Compreender como o meio envolvente influencia os negócios internacionais

OA6. Compreender as diferentes formas de acesso aos mercados internacionais e decidir a forma mais adequada em casos concretos

OA7. Compreender a metodologia de implementação de estratégias e práticas do marketing-mix em mercados internacionais

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

LO1. Describe and frame the concept of economic intelligence and international business in the face of new economic, cultural and social realities on a planetary scale

LO2. Interpret the lines of thought in a global, complex, uncertain and interactive business environment.

LO3. Identify the main mechanisms and maneuvers of economic intelligence and international business of companies, big, medium and small, regarding international markets

LO4. Develop analytical capacity and systemic vision in a constantly changing world, with dismantled frontiers

LO5. Understand how the environment influences international business

LO6. Understand the different ways to access international markets and decide the most adequate way in concrete cases

LO7. Understand the methodology for the implementation of marketing-mix strategies and practices in international markets

4.4.5. Conteúdos programáticos:

CP1. Grandes fases de evolução recente dos negócios internacionais

CP2. Impulsores dos negócios internacionais

CP3. Dimensão Conceptual dos negócios internacionais

CP4. Inteligência Económica e negócios internacionais

CP5. Estudo de Mercados Globais e Modelos de Vigia

CP6. Estratégias de internacionalização

CP7. Processo de Internacionalização das Empresas

CP8. Seleção dos Mercados Estrangeiros

CP9. Escolha dos Modos de Entrada

CP10. Estratégia de Marketing-Mix Internacional

CP11. Organização para Competir Internacionalmente

CP12. Financiamento e Risco em Mercados Internacionais

4.4.5. Syllabus:

S1. Major stages in the recent evolution of international business

S2. International Business Drivers

S3. The Conceptual Dimension of International Business

S4. Economic Intelligence and International Business

S5. Studying Global Markets and Watching Models

S6. Internationalization Strategies

S7. The Internationalization Process of Companies

S8. Selection of Foreign Markets

S9. Choosing the Entry Modes

S10. International Marketing-Mix Strategy

S11. Organizing to Compete Internationally

S12. Financing and Risk in International Markets

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O conteúdo programático proporciona a abordagem das variáveis necessárias à concretização dos objetivos da Unidade curricular. Fases de evolução dos negócios internacionais demonstram uma visão ampla do contexto permitindo a compreensão de mercados atuais. Fortalece a capacidade de desenvolvimento de estudos económicos e mercadológicos, além da criação de estratégia de acesso ao mercado global.

A demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular, faz-se da seguinte forma:

OA1. CP1 CP2 CP4

OA2. CP3 CP5 CP6

OA3. CP4 CP5 CP6

OA4. CP6 CP7

OA5. CP5 CP6 CP7

OA6. CP8 CP9

OA7. CP10 CP11 CP12

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The content provides the approach to the variables necessary to achieve the objectives of the course. Stages of evolution of international business demonstrate a broad view of the context allowing the understanding of current markets. It strengthens the capacity to develop economic and market studies, in addition to creating a strategy to access the global market.

The demonstration of the coherence of the programmatic contents with the learning objectives of the curricular unit is

made as follows:

LO1. S1 S2 S4
 LO2. S3 S5 S6
 LO3. S4 S5 S6
 LO4. S6 S7
 LO5. S5 S6 S7
 LO6. S8 S9
 LO7. S10 S11 S12

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Será usado o método expositivo e, sempre que possível, o interrogativo, com aplicação prática dos conhecimentos transmitidos.

Método de Avaliação:

A avaliação é contínua consistindo na realização de um exame de Frequência e de um trabalho prático desenvolvido ao longo do semestre.

A classificação final da Avaliação Contínua resultará da média aritmética da prova escrita de frequência com o trabalho prático. Em suma, a classificação final de 0 a 20 valores é formada por 50% da avaliação da Frequência, e 50% da avaliação do trabalho prático, não podendo para efeitos de aprovação, nenhuma das classificações ser inferior a 8 (oito) valores.

O Regime de Avaliação Contínua carece de uma assiduidade mínima, definida em regulamento próprio. Pode o estudante, se assim o desejar, optar pelo Regime de Avaliação Final através da realização do Exame Final.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Expository, as well as questioning methods will be used, always with the concern with the practical application of the knowledge transmitted.

Student's evaluation Method:

Student's evaluation is continuous and based on both, a written test and a group project: a business plan. The final grade will result from the arithmetic mean between the written test and the investment project realized. In other words, the final grade (from 0 to 20) is calculated adding 50% of both marks, exam and investment project. None of the classifications can be less than eight (8) values. The Continuous Assessment Scheme requires a minimum attendance, defined in its own regulation. The students may renounce continues evaluation if they want. In this case, the final grade will be the result of the final exam.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os métodos expositivo e interrogativo, bem como a aplicação prática direta de todos os conhecimentos adquiridos, irão permitir aos estudantes consolidar as competências necessárias, para que os objetivos de aprendizagem previamente estabelecidos sejam atingidos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The expository and interrogative methods, as well as the direct practical application of all acquired knowledge, will allow students to consolidate the necessary skills, so that the learning objectives previously established are achieved.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Cateora, P. R., Meyer, R. B. M. F., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2020). International marketing. McGraw-Hill Education.
Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. (2017). International Business: The New Realities, Global Edition.
Ghauri, P., Strange, R., & Cooke, F. L. (2021). Research on international business: The new realities. International Business Review, 30(2), 101794.
Hawawini, G. (2016). What Is Internationalization?. In The internationalization of higher education and business schools (pp. 3-16). Springer, Singapore.
Kotabe, M. M., & Helsen, K. (2020). Global marketing management. John Wiley & Sons.
Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. V. (2015). Mercator da língua portuguesa: teoria e prática do marketing. Leya.
Lima, M. (2015). Marketing internacional. Editora FGV.
Paliwoda, S., & Thomas, M. (2013). International marketing. Routledge.

4.5. Metodologias de ensino e aprendizagem

4.5.1. Adequação das metodologias de ensino e aprendizagem aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos:

As metodologias das diferentes UCs são coerentes com a organização dos objetivos de aprendizagem do CE. As metodologias adotadas permitirão que os estudantes se envolvam com as temáticas, adquirindo conhecimentos e ferramentas para refletirem de forma compreensiva sobre as problemáticas. Os momentos de discussão são fundamentais para desenvolver a capacidade de reflexão, o sentido crítico e as capacidades de comunicação. A exposição de conceitos teóricos, a utilização de estudos de caso, a análise de diferentes materiais, as visitas de estudo, entre outros, permitirá fundamentar a experiência prática-laboratorial, assim como tornar os estudantes mais conscientes de oportunidades profissionais e de negócios. Os estudantes deverão produzir projetos concretos, individualmente e em grupo, que permitam aferir a consolidação de conhecimentos. A metodologia de PBL (problem

based learning) permitirá a manifestação de autonomia e da capacidade de tomada de decisões e de adaptação ao contexto.

4.5.1.Evidence of the teaching and learning methodologies coherence with the intended learning outcomes of the study programme:

The teaching-learning methodologies of the different courses are consistent with the organization of the learning objectives of the degree. The methodologies adopted in the teaching dynamics will allow students to engage with the themes, acquiring the knowledge and tools to reflect comprehensively on the issues. Moments of discussion are fundamental to developing the capacity for reflection and critical sense and improving communication skills. The exposition of theoretical concepts, the use of case studies, the analysis of different materials, the projects presentation and discussion, the field trips, among others, will allow to substantiate the practical-laboratorial experience, as well as to make students more aware of professional and business opportunities. Students will be required to produce concrete projects, individually and in groups, that will allow them to measure the consolidation of knowledge.

4.5.2.Forma de verificação de que a carga média de trabalho que será necessária aos estudantes corresponde ao estimado em créditos ECTS:

Como forma de aferir que a carga média de trabalho necessária corresponde ao estimado em ECTS, contou-se com os seguintes procedimentos:

Num 1º momento, integraram-se os contributos do CTC e dos Docentes que, em reuniões prévias de projeção, se pronunciaram quanto à definição de conhecimentos e aptidões essenciais para as diversas áreas e respetivas cargas horárias (horas de contacto e de trabalho total) para cada UC, assegurando que a distribuição de ECTS seja o mais possível coincidente com a realidade.

Posteriormente, já com o curso em funcionamento, e no âmbito do Sistema Interno de Garantia da Qualidade (Quality4IPAM), tanto os estudantes como os docentes avaliam a carga de trabalho alocada a cada unidade curricular, através de questionários com periodicidade semestral. Para além disso, nas reuniões da comissão de garantia da qualidade de cada curso (docentes e estudantes), visa-se também discutir questões relacionadas com a carga de trabalho de cada UC.

4.5.2.Means to verify that the required students' average workload corresponds the estimated in ECTS credits:

The following procedures were used to check that the average workload required corresponds to that estimated in ECTS:

In a 1st moment, we integrated the contributions of the CTC and the Professors who, in previous projection meetings, gave their opinion regarding the definition of knowledge and essential skills for the various areas and respective workloads (contact hours and total work hours) for each course, ensuring that the distribution of ECTS is as coincident as possible with reality.

Subsequently, already with the course in operation, and within the Internal Quality Assurance System (Quality4IPAM), both students and teachers evaluate the workload allocated to each course unit, through questionnaires every six months. In addition, in the meetings of the quality assurance committee of each course (teachers and students), it is also aimed at discussing issues related to the workload of each course.

4.5.3.Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes será feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O coordenador tem os seguintes instrumentos:

-PUC partilhada e debatida pelo grupo de docentes;

-Questionário de avaliação da docência a todos os estudantes:

**É efetuada a questão "Como avalia os métodos pedagógicos utilizados pelo docente?";*

**São efetuadas questões sobre a utilização dos seguintes itens: Projetos com empresas; Resolução de problemas; Aulas com convidados; Visitas de estudo; Participação em concursos; Atividades de investigação; Jogo de gestão; Simulação; Software empresarial; Tutorias;*

-Relatório de UC, preenchido por cada docente no final do trimestre;

-Relatório de coordenação com reflexão sobre ações de melhoria continuada;

-Reuniões entre os coordenadores e os delegados, em que são colocadas questões relativas às metodologias pedagógicas;

-Reuniões de início e de fim de trimestre letivo entre a coordenação e os docentes, em que os métodos de aprendizagem são discutidos;

Estes instrumentos permitem obter feedback e identificar ações de melhoria.

4.5.3.Means of ensuring that the students assessment methodologies are adequate to the intended learning outcomes:

The coordinator has the following tools:

-PUC shared and discussed by the faculty group;

-Teaching evaluation questionnaire to all students:

**The question "How do you evaluate the teaching methods used by the lecturer?" is asked;*

**Questions are asked about the use of the following items: Projects with companies; Problem solving; Guest lectures; Study visits; Participation in competitions; Research activities; Management game; Simulation; Business software; Tutoring;*

-Course report, filled in by each teacher at the end of the quarter;

-Coordination report with reflection on continued improvement actions;

-Meetings between coordinators and delegates, in which questions are asked regarding pedagogical methodologies;

-Meetings at the beginning and end of the school quarter between the coordination and teachers, in which learning

*methods are discussed;
These instruments allow for feedback and identification of improvement actions.*

4.5.4. Metodologias de ensino previstas com vista a facilitar a participação dos estudantes em atividades científicas (quando aplicável):

A existência de múltiplas unidades curriculares de carácter prático e as metodologias de ensino que aplicam o PBL (problem based learning) exigem abordagens que estimulem a criatividade dos estudantes no processo de aprendizagem e na posterior aplicação dos conhecimentos adquiridos. Para assegurar o carácter original desses projetos, o plano de estudos assegura a interação dos estudantes com docentes e profissionais especializados em novas áreas do conhecimento, promovendo o contacto com situações reais e in situ; estimula a sua participação ativa em conferências; favorece o contacto com bibliografia mais recente; e cria condições concretas para o envolvimento dos estudantes em projetos empresariais.

4.5.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities (as applicable):

The existence of multiple curricular units of practical nature and the teaching methodologies that apply PBL (problem based learning) require approaches that stimulate the creativity of students in the learning process and in the subsequent application of the knowledge acquired. To ensure the original character of these projects, the study plan ensures the interaction of students with professors and professionals specialized in new areas of knowledge, promoting contact with real and in situ situations; encourages their active participation in conferences; favors contact with the most recent bibliography; and it creates concrete conditions for the involvement of students in business projects.

4.6. Fundamentação do número total de créditos ECTS do ciclo de estudos

4.6.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos, com base no determinado nos artigos 8.º ou 9.º (1.º ciclo), 18.º (2.º ciclo), 19.º (mestrado integrado) e 31.º (3.º ciclo) do DL-74/2006, na redação dada pelo DL-65/2018:

O artigo 9º do Decreto-Lei nº74/2006 estabelece que o ciclo de estudos de licenciatura tem entre 180 e 240 créditos ECTS, em respeito pelo número de semestres letivos adotado. Nesta conformidade, a duração considerada conveniente pela UE para o ciclo de estudos de licenciatura foi de 6 semestres curriculares (180 créditos ECTS), considerando que esta duração tem sido a prática comum de instituições de referência europeia (de acordo com o n.º 2 do artigo 9 do Decreto-Lei 74/2006), conforme se poderá avaliar no ponto 10.1. Entendeu-se, igualmente, que este modelo poderá desenvolver convenientemente as competências próprias de um diplomado com o grau de licenciado (artigo 5º do Decreto-Lei nº74/2006) e que assegurará uma formação superior de qualidade, ajustada às reais necessidades do país.

4.6.1. Justification of the total number of ECTS credits and of the duration of the study programme, based on articles 8 or 9 (1st cycle), 18 (2nd cycle), 19 (integrated master) and 31 (3rd cycle) of DL no. 74/2006, republished by DL no. 65/2018:

Article 9 of Decree-Law nº 74/2006 establishes that the Study Cycle leading to the Bachelor's Degree shall be a course of study of between 180 and 240 ECTS credits, depending on the number of semesters adopted for the degree program. EU has thus adopted a framework of a 6-semester Study Cycle (representing 180 ECTS credits) based on the consideration that this duration has become common practice amongst the top institutions in Europe (and in accordance with Item 2 of Article 9 of Decree-Law 74/2006), as can be seen in point 10.1. It has been determined that this model can appropriately develop the necessary skills for a student to obtain the Bachelor's Degree (Article 5 of Decree-Law 74/2006) and can provide quality higher education adjusted to the real needs of the country.

4.6.2. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares:

No âmbito do sistema interno de garantia da qualidade (Quality4IPAM) e da promoção da inovação académica, tanto os estudantes como os docentes avaliam a carga de trabalho alocada a cada unidade curricular através de questionários com periodicidade semestral.

Aliás, logo no momento de conceção do curso, são considerados os contributos do CTC e dos docentes que, em reuniões prévias de projeção, se pronunciam quanto à definição de conhecimentos e aptidões essenciais para as diversas áreas e respetivas cargas horárias (horas de contacto e de trabalho total) para cada UC, assegurando que a distribuição de ECTS seja o mais possível coincidente com a realidade.

A revisão e possíveis reajustamentos/correções aos créditos ECTS e/ou aos resultados de aprendizagem são implementados de acordo com a análise efetuada pela comissão de avaliação da qualidade do curso, o feedback recebido e o enquadramento legal existente.

4.6.2. Process used to consult the teaching staff about the methodology for calculating the number of ECTS credits of the curricular units:

Under the internal quality assurance system (Quality4IPAM) and the promotion of academic innovation, both students and teachers evaluate the workload allocated to each course unit through questionnaires every semester.

Moreover, when the course is designed, the contributions of the CTC and the teachers are considered and, in previous projection meetings, they give their opinion on the definition of knowledge and essential skills for the various areas and respective workloads (contact hours and total workload) for each course, ensuring that the distribution of ECTS coincides as much as possible with reality.

The review and possible readjustments/corrections to ECTS credits and/or learning outcomes are implemented

according to the analysis made by the course quality assessment committee, the feedback received and the existing legal framework.

4.7. Observações

4.7.Observações:

O plano de estudos que se propõe cumpre, por um lado, os requisitos legais em vigor. Vejamos:

-É suportado por um modelo académico apostado em colocar o estudante no centro, cuidando da sua inclusão e participação plena nas atividades letivas; e em práticas pedagógicas adequadas à natureza do ensino e das competências a desenvolver, tendo no feedback e na fiabilidade das avaliações um aspeto central na motivação e progressão dos estudantes;

-Está organizado de uma forma que garante a flexibilidade que a lei em vigor solicita, ou seja, conta com 180 ECTS (100% do total) em regime obrigatório, distribuídos por:

- Economia e Gestão com 96 ECTS (53% do total), sendo a área científica fundamental predominante;
- Marketing com 48 ECTS (27% do total), como segunda área científica fundamental;
- Métodos Quantitativos com 18 ECTS (10% do total); e
- Ciências Sociais e Humanas com 18 ECTS (10% do total).

Deste modo, garante-se um CE de banda larga, que confere preparação fundamental na área de gestão de negócios e marketing, explorando áreas de fronteira importantes para desenvolver competências analíticas e relacionais. Com estas 2 áreas científicas fundamentais, este CE enquadra-se e reforça o novo posicionamento do IPAM "Marketing Leads Business".

4.7.Observations:

The proposed study plan meets, on the one hand, the legal requirements in force. Let's see:

-It is supported by an academic model aimed at putting the student at the center, taking care of their inclusion and full participation in teaching activities; and in pedagogical practices appropriate to the nature of teaching and skills to be developed, having in feedback and the reliability of assessments a central aspect in the motivation and progression of students;

-It is organized in a way that ensures the flexibility required by the law in force, i.e., it has 180 ECTS (100% of the total) in a compulsory regime, distributed by:

- Economics and Management with 96 ECTS (53% of the total), being the predominant fundamental scientific area;
- Marketing with 48 ECTS (27% of the total), as the second fundamental scientific area;
- Quantitative Methods with 18 ECTS (10% of the total); and
- Social Sciences and Humanities with 18 ECTS (10% of the total).

In this way, a broadband EC is guaranteed, which provides fundamental preparation in the area of business management and marketing, exploring important frontier areas to develop analytical and relational skills. With these 2 fundamental scientific areas, this EC fits and reinforces the new positioning of IPAM "Marketing Leads Business".

5. Corpo Docente

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.

5.1.Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.

Raquel Vanessa Reis Silva Ferreira Soares

5.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

5.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Vínculo/ Link	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment regime	Informação/ Information
Rui Manuel Ribeiro Monteiro	Assistente convidado ou equivalente	Mestre	Outro	Não	Economia e Gestão Internacional	50	Ficha submetida
Rui Manuel Saavedra Espinhosa Morais de Carvalho	Assistente convidado ou equivalente	Mestre	Outro	Não	Direito	20	Ficha submetida
José João Constantino Oliveira Dolores	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Finanças	100	Ficha submetida
Sandra Cristina Vilaverde Pinto	Professor Coordenador ou	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do	Não	Ciências Empresariais	100	Ficha submetida

Gomes de Oliveira	equivalente		DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)					
Sílvia Maria Bandeira da Silva Caniço	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Economia da Empresa e Finanças	100		Ficha submetida
Simão Nuno Almeida de Soares Machado	Assistente ou equivalente	Mestre	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing	100		Ficha submetida
Teresa Maria Aragonez Afonso Bicho	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Empresariais, com especialização em Marketing	100		Ficha submetida
Ricardo José Fernandes Mena	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing and Advertising	100		Ficha submetida
Raquel Vanessa Reis Silva Ferreira Soares	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing	100		Ficha submetida
Miriam Taís Salomão	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Gestão Internacional	100		Ficha submetida
Mafalda Luísa de Castro Ferreira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Psicologia	100		Ficha submetida
Mafalda Cristina de Oliveira Pinto Coelho Nogueira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing	100		Ficha submetida
Karla Oliveira Menezes	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Sim	Marketing	100		Ficha submetida
José Paulo Alves Feliz dos Santos	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Economia	100		Ficha submetida
José Luís Tavares Pires Dias dos Reis	Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Outro	Sim	Tecnologias e Sistemas de Informação	50		Ficha submetida
João Manuel de Jesus Pereira	Assistente convidado ou equivalente	Mestre	Outro	Sim	Economia	50		Ficha submetida
Francisco Manuel Coelho da Silva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Sim	Marketing	100		Ficha submetida
Fernando António Pinto da Silva Santos	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Gestão	100		Ficha submetida
Daniel Filipe Cortês Pereira e Sá	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing	100		Ficha submetida
Cidália Andrea da Costa Silva Neves	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing	100		Ficha submetida
Carlos Augusto Sousa Abrunhosa	Assistente ou equivalente	Licenciado	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do	Sim	Administração e Gestão de	100		Ficha submetida

de Brito			DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)		Empresas		
Ana Maria Ramires Príncipe dos Santos	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Matemática	100	Ficha submetida
						1970	

<sem resposta>

5.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

5.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

5.4.1.1. Número total de docentes.

22

5.4.1.2. Número total de ETI.

19.7

5.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos integrados na carreira docente ou de investigação (art.º 3 DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018).

5.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos integrados na carreira docente ou de investigação (art.º 3 DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018).* / "Career teaching staff" – teachers of the study programme integrated in the teaching or research career.*

Vínculo com a IES / Link with HEI	% em relação ao total de ETI / % of the total of FTE	
Outro	8.6294416243655	50
Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	91.370558375635	100

5.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor

5.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor* / "Academically qualified teaching staff" – staff holding a PhD*

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff holding a PhD (FTE):	15.5	78.680203045685

5.4.4. Corpo docente especializado

5.4.4. Corpo docente especializado / Specialised teaching staff.

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Doutorados especializados na(s) área(s) fundamental(is) do CE (% total ETI) / PhDs specialised in the fundamental area(s) of the study programme (% total FTE)	14.5	73.604060913706
Não doutorados, especializados nas áreas fundamentais do CE (% total ETI) / Staff specialised in the fundamental areas of the study programme not holding PhDs in these areas (% total FTE)	3.5	17.766497461929
Não doutorados na(s) área(s) fundamental(is) do CE, com Título de Especialista (DL 206/2009) nesta(s) área(s) (% total ETI) / Specialists not holding a PhD, but with a Specialist Title (DL 206/2009) in the fundamental area(s) of the study programme (% total FTE)	3.5	17.766497461929
% de docentes com título de especialista ou doutores especializados, na(s) área(s) fundamental(is) do ciclo de estudos (% total ETI)		91.370558375635

5.4.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)

5.4.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Teaching Staff integrated in Research Units of the Institution, its subsidiaries or integrated centers (article 29, DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)

Descrição	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados / Teaching Staff integrated in Research Units of the Institution, its subsidiaries or integrated centers	4	20.304568527919

5.4.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente.

5.4.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente. / Stability and development dynamics of the teaching staff

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos de carreira com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Career teaching staff of the study programme with a link to the institution for over 3 years	17	86.294416243655
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / FTE number of teaching staff registered in PhD programmes for over one year	2.5	12.690355329949

Pergunta 5.5. e 5.6.

5.5.Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

A avaliação de desempenho fundamenta-se em mecanismos de monitorização e melhoria contínua das responsabilidades pedagógicas, científicas, de extensão à comunidade e de gestão académica. É aplicável a todos os docentes. A avaliação de desempenho ocorre a cada 2 anos. Cada docente apresenta o seu relatório de atividades respeitante ao período de avaliação em curso. Da avaliação realizada, resulta uma pontuação entre 0 e 100, convertida numa menção qualitativa. A análise dos resultados obtidos é feita em reuniões de coordenação do CE, onde se discutem as estratégias de melhoria dos resultados. São complementadas com reuniões individuais, tidas com os docentes que apresentam insuficiências em determinadas rubricas, construindo-se um plano de melhorias, acompanhado pelo Coordenador de CE.

5.5.Procedures for the assessment of the teaching staff performance and measures for their permanent updating and professional development.

Performance evaluation is based on mechanisms for monitoring and continuous improvement of teaching, scientific, community outreach, and academic management responsibilities. It is applicable to all faculty members. Performance evaluation occurs every two years. Each teacher presents his/her activity report for the current evaluation period. The evaluation results in a score between 0 and 100, converted into a qualitative mention. The analysis of the results obtained is done in degree coordination meetings, where strategies to improve results are discussed. These are complemented by individual meetings with the teachers who show insufficiencies in certain areas, and a plan for improvement is drawn up, accompanied by the degree Coordinator.

5.6.Observações:

A respeito da composição do corpo docente, podemos destacar:

-16 (em 22) são detentores de doutoramento. Destes, 16 são doutorados ou têm Título de Especialista em, pelo menos, uma das áreas científicas fundamentais do Ciclo de Estudos;

-A docente doutorada que não é especializada em nenhuma das áreas científicas fundamentais (ACF), dá contributos muito específicos, em áreas relevantes para este CE, tais como Matemática e Estatística;

-Conta-se ainda com 5 mestres, dos quais 3 estão inscritos em PhD e são detentores de Título de Especialista numa das áreas fundamentais do CE. Os 2 mestres que não estão inscritos em PhD nem têm Título de Especialista em nenhuma das ACF do NCE, dão resposta a questões de imensa relevância, e onde a experiência de mercado é relevante, tais como Direito dos Negócios e Gestão Fiscal;

-18 dos docentes encontram-se em regime de tempo integral e 21 colaboram há mais de 3 anos na instituição, o que certifica a estabilidade que o IPAM Porto procura conferir ao seu corpo docente.

Pelo exposto, conclui-se que os rácios legais são largamente superados. No entanto, há outros aspetos que merecem relevo:

-O corpo docente selecionado é muito experiente do ponto de vista pedagógico, obtendo excelentes avaliações nos inquéritos pedagógicos preenchidos pelos estudantes da instituição;

-Também do ponto de vista científico, o corpo docente oferece garantias, pois apresenta publicações de qualidade, em revistas internacionais de referência na área da Gestão e do Marketing (das quais destacamos: Journal of Brand Management, Journal of Marketing and Smart Technologies, Journal of Service Management, Journal of Tourism and Management Studies, International Journal of Business and Globalisation, Journal of Food Products Marketing,

Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing).

-Por último, também se encontra no corpo docente uma experiência profissional relevante para este CE. Destacamos a realização de consultoria para empresas públicas e privadas de renome; empreendedorismo na área da Gestão de Negócios e Marketing; direção de marketing e marca de empresas reputadas; direção-geral de empresas. Assim, o corpo docente encontra-se equilibrado entre docentes com perfil académico e profissional, alguns deles conjugando as duas valências.

5.6.Observations:

Regarding the teaching staff, we can highlight:

-17 (out of 23) hold a PhD. Of these, 16 hold a PhD or have a Specialist Title in at least one of the fundamental scientific areas of the degree;

-The PhD teacher who is not specialized in any of the fundamental scientific areas (ACF), gives very specific contributions, in areas relevant for this EC, such as Mathematics and Statistics;

-There are also 5 masters, of which 3 have a PhD and 1 holds a specialist title in one of the fundamental areas of the EC. The master's degree that is not enrolled in a PhD nor holds a Specialist Title in any of the ACF of the NCE, provides answers to issues of immense relevance, and where market experience is relevant, such as Business Law and Tax Management;

-18 of the lecturers are full-time and 22 have been working for more than 3 years in the institution, which certifies the stability that IPAM Porto seeks to confer to its teaching staff.

From the above, it can be concluded that the legal ratios are largely exceeded. However, there are other aspects that deserve emphasis:

-The selected teaching staff is very experienced from the pedagogical point of view, obtaining excellent evaluations in the satisfaction surveys filled in by the students of the institution;

-Also from a scientific point of view, the teaching staff offers guarantees, as it has publications in international journals of reference in the area of Management and Marketing (of which we highlight: Journal of Brand Management, Journal of Marketing and Smart Technologies, Journal of Service Management, Journal of Tourism and Management Studies, International Journal of Business and Globalisation, Journal of Food Products Marketing, Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing).

-Finally, professional experience relevant to this course is also found in the teaching staff. We highlight the performance of various consultancies for renowned public and private companies; entrepreneurship in the area of Business Management and Marketing; marketing and brand management of reputed companies; general management of companies. Thus, the teaching staff is balanced between teachers with academic and professional profiles, some of them combining both valences.

6. Pessoal Não Docente

6.1.Número e regime de tempo do pessoal não-docente afeto à lecionação do ciclo de estudos.

IPAM Porto:

Direção - 6 ETI

Secretaria Escolar - 6 ETI

Suporte Académico - 1 ETI

Operações e Biblioteca - 7 ETI

Empregabilidade – 2 ETI

Internacionalização – 2 ETI

Informática – 4 ETI

Marketing/Comunicação/Admissões – 11 ETI

Qualidade – 4 ETI

Recursos Humanos - 4 ETI

6.1.Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study programme.

IPAM Porto:

Direction - 6 FTE

Academic Services - 6 FTE

Academic Support - 1 FTE

Library and Operations - 7 FTE

Employability - 2 FTE

Internationalization - 2 FTE

Information Technology - 4 FTE

Marketing/Communication/Admissions - 11 FTE

Quality - 4 FTE

Human Resources - 4 FTE

6.2.Qualificação do pessoal não docente de apoio à lecionação do ciclo de estudos.

IPAM Porto:

Direção - 1 Licenciado; 2 Mestres; 2 PhD; 1 Ensino Secundário

Secretaria Escolar - 6 Licenciados

Suporte Académico - 1 Licenciado

Operações e Biblioteca - 3 Licenciados; 2 Ensino Secundário; 1 Terceiro Ciclo; 1 Segundo Ciclo

Empregabilidade – 2 Licenciados
Internacionalização – 2 Licenciados
Informática – 1 Mestre, 3 Licenciados
Marketing/Comunicação/Admissões - 7 Licenciados; 4 Mestres
Qualidade – 3 Mestres; 1 Licenciado
Recursos Humanos - 3 Licenciados; 1 Ensino Técnico

6.2. Qualification of the non-academic staff supporting the study programme.

IPAM Porto:

Direction - 1 Undergraduate; 2 Masters; 2 PhD; 1 High School
Academic Services - 6 Undergraduates
Academic Support - 1 Undergraduate
Operations and Library - 3 Undergraduates; 2 High School; 1 Middle School
Employability - 2 Undergraduates
Internationalization - 2 Undergraduates
Computer Science - 1 Master, 3 Undergraduates
Marketing/Communication/Admissions - 7 Undergraduates; 4 Masters
Quality - 3 Masters; 1 Undergraduate
Human Resources - 3 Undergraduates; 1 Technical Education

6.3. Procedimento de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

O Modelo de avaliação de desempenho é realizado por objetivos. Cada colaborador define os seus objetivos no início de cada ano e identifica necessidades de formação e desenvolvimento profissional. Os objetivos são definidos em formato cascata, desde a organização, para o departamento e finalmente para o indivíduo. Adicionalmente é definido o Plano de Desenvolvimento Profissional em que o indivíduo identifica as suas perspetivas de desenvolvimento de carreira e necessidades de desenvolvimento de competências e de conhecimento que por sua vez vão originar o seu plano de formação de competências e de desenvolvimento para esse ano. Ao longo do ano, os objetivos são monitorizados havendo duas fases formais de autoavaliação e feedback. No final do ano é feita a avaliação dos resultados obtidos após reuniões presenciais entre o colaborador e o seu manager, onde são discutidas as metas atingidas e os pontos de melhoria. Há um programa de formação técnica, com cerca de 10 formações por ano.

6.3. Assessment procedures of the non-academic staff and measures for its permanent updating and personal development

The performance evaluation model is based on objectives. Each employee defines his or her own goals at the beginning of each year and identifies training and professional development needs. Objectives are defined in a cascading format, from the organization to the department and finally to the individual. Additionally, a Professional Development Plan is defined where the individual identifies their career development prospects and skills and knowledge development needs which in turn will lead to their skills and development training plan for that year. Throughout the year, objectives are monitored and there are two formal phases of self-assessment and feedback. At the end of the year the results are evaluated after face-to-face meetings between the employee and his or her manager, where the goals achieved and the points for improvement are discussed. There is a technical training program, with about 10 trainings per year.

7. Instalações e equipamentos

7.1. Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços letivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.):

IPAM Porto: biblioteca e sala de estudo, sala de docentes, gabinete de admissões, área dos Serviços Académicos, área de restauração e apoio social, reprografia, gabinete de assessoria académica, gabinete da Direção, área da associação de estudantes, sala de reuniões dos órgãos de gestão, parque de estacionamento, auditório, receção, sala de estudo, sala de espera, sala de tutorias e sala de staff e de 18 salas de aula.

No ano letivo 2021/22, houve um investimento nas instalações e equipamentos, incrementando a área em 1.183 m2, que permitiu novas salas de aulas, laboratórios, biblioteca, Gabinete Médico, sala de staff, zonas de vendings e salas de estudo. As salas estão todas equipadas com wifi, televisores smart de 75", sistema de som e sistema HyFlex para as aulas flexíveis. Com a realização destas obras de expansão, conclui-se o projeto de ampliação e reafecção de espaços das instalações do IPAM Porto, e a capacidade de ensino em simultâneo, que passa para 797 lugares.

7.1. Facilities used by the study programme (lecturing spaces, libraries, laboratories, computer rooms, ...):

IPAM Porto: library and study room, faculty room, admissions office, Academic Services area, catering and social support area, reprography, academic advisory office, Directors' office, students' association area, management meeting room, parking, auditorium, reception, study room, waiting room, tutoring room and staff room. These facilities also have 18 classrooms.

Since the 2021/22 academic year IPAM Porto invested in strengthening the facilities and equipment through an area increase of 1,183 m2 which allowed new classrooms, laboratories, library, Medical Office, staff room, vending areas and study rooms. The classrooms are all equipped with wifi, 75" smart TVs, sound system, and HyFlex system for

flexible classes. With the completion of these expansion works, IPAM Porto completed the expansion project and reallocation of spaces of the facilities, the respective teaching capacity simultaneously to 797 seats.

7.2.Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didáticos e científicos, materiais e TIC):

A IES disponibiliza: Equipamento de Videoconferência; Projetores Multimédia; Telas elétricas de projeção; Televisão; Business Simulation Cesim; Microsoft Office 365: OneNote, Class Notebook, Word, PowerPoint, Excel, OneDrive, Forms, Planner, SharePoint, Delve Microsoft Campus Agreement OVS: Windows 10, Office, Access 2016, Publisher 2016 2016, Windows Server 2016, Microsoft SQL Server 2016; ADOBE Creative Cloud: Adobe Acrobat; NViVo e MaxQDA; IBM SPSS; IBM SPSS AMOS; Blackboard Collaborative Wi-Fi, Fundo documental: 6777, dos quais: Monografias: 4807, Periódicos: 1869, Eletrónico/Audiovisual: 10; Bases de Dados digitais: EBSCO, ACM Digital, TGI, Nielsen, INE (RIIBES), B-on, Euromonitor, IdeaPuzzle; Computadores.

7.2.Main equipment or materials used by the study programme (didactic and scientific equipment, materials, and ICTs):

The HEI provides: Videoconferencing equipment; Multimedia projectors; Electric projection screens; Television; Business Simulation Cesim; Microsoft Office 365: OneNote, Class Notebook, Word, PowerPoint, Excel, OneDrive, Forms, Planner, SharePoint, Delve Microsoft Campus Agreement OVS: Windows 10, Office, Access 2016, Publisher 2016 2016, Windows Server 2016, Microsoft SQL Server 2016; ADOBE Creative Cloud: Adobe Acrobat; NViVo & MaxQDA; IBM SPSS; IBM SPSS AMOS; Blackboard Collaborative Wi-Fi, Documentary Fund: 6777, of which: Monographs: 4807, Journals: 1869, Electronic/Audiovisual: 10; Digital Databases: EBSCO, ACM Digital, TGI, Nielsen, INE (RIIBES), B-on, Euromonitor, IdeaPuzzle; Computers.

8. Atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível.

Pergunta 8.1. a 8.4.

8.1.Unidade(s) de investigação, no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica.

<https://a3es.pt/si/iportal.php/cv/research-centers/formId/76bc1d5a-5594-9f82-b07c-615eeced2aec>

8.2.Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livro, relevantes para o ciclo de estudos, nos últimos 5 anos.

<https://a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/76bc1d5a-5594-9f82-b07c-615eeced2aec>

8.3.Mapa-resumo de atividades de desenvolvimento de natureza profissional de alto nível (atividades de desenvolvimento tecnológico, prestação de serviços ou formação avançada) ou estudos artísticos, relevantes para o ciclo de estudos:

<https://a3es.pt/si/iportal.php/cv/high-level-activities/formId/76bc1d5a-5594-9f82-b07c-615eeced2aec>

8.4.Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos.

O IPAM apresenta como linha principal de missão, a difusão e aplicação do conhecimento, assente na liberdade de criação cultural, na inovação científica e pedagógica, promovendo a educação superior na área do marketing no espaço europeu e contribuindo ainda para o desenvolvimento integral da pessoa e da sociedade com base nos seguintes fatores de desenvolvimento: o saber, a criatividade, a inovação, o empreendedorismo, o desenvolvimento sustentável, o bem-estar e a solidariedade. Ao nível da investigação aplicada destacamos os seguintes projetos em 2018 e 2019: 1º Barómetro da Indústria Farmacêutica em Portugal (parceria com a Revista Marketing Farmacêutico); Barómetro Avaliação do sentimento de mercado dos intervenientes do setor do Transitário (parceria com a APAT); 2 Barómetros associados ao Transportes Rodoviário de Mercadorias [1- Avaliação do sentimento dos intervenientes do setor do Transportes Rodoviário de Mercadorias; 2- Fatores de constrangimento do negócio dos intervenientes do setor do Transportes Rodoviário de Mercadorias] (parceria com a Antram e com a Transportes em Revista). Registamos ainda a participação de docentes e parcerias associadas aos seguintes projetos em 2018 e 2019: Barómetro: ESPA Epidemiology Survey da European Spas Association; Projeto de investigação: “Micro-organizations from a contested field (CAM – Complementary and Alternative Medicine): resolving conflicting institutional demands and legitimacy issues”, parceria com a Nova School of Business & Economics; Estudo: Consumo Consciente, realizado pelo Observatório do Consumo Consciente, no âmbito do Fórum do Consumo e com a participação da GfK, da Universidade de Lisboa e da Universidade Europeia.

Ao nível da investigação fundamental, destacamos a relação de parceria com a UNIDCOM na perspetiva do crescimento sustentado da participação de docentes em projetos que se possam traduzir em publicações e comunicações científicas indexadas num futuro próximo.

Na implementação do seu modelo académico, o IPAM realiza também dezenas de projetos anualmente com empresas nacionais e estrangeiras com vista ao desenvolvimento de competências por parte dos nossos estudantes de Licenciaturas e Mestrado, podendo destacar-se as parcerias que foram desenvolvidas com as seguintes instituições nos últimos anos: McDonalds; Fundação Oceano Azul; Rock in Rio; Fundação Salvador; Grace; TVI; Sonae e FOX – National Geographic.

O IPAM criou também a Base IPAM Junior Consulting que se materializa através da realização de projetos de consultoria em marketing com envolvimento de estudantes. A este nível podemos destacar as parcerias realizadas com as Empresas Innowave, B-Corp, Brave Generation e Inclu.

Refere-se ainda que, enquanto membro da APPM - Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing, a constante

participação nas atividades destas instituições, assegura que o IPAM contribui para a propagação do conhecimento nas áreas do marketing na sociedade portuguesa.

8.4. List of main projects and/or national and international partnerships underpinning the scientific, technological, cultural and artistic activities developed in the area of the study programme.

IPAM presents as main mission line, the dissemination and application of knowledge, based on the freedom of cultural creation, scientific and pedagogical innovation, promoting higher education in the area of marketing in Europe and also contributing to the integral development of the person and society based on the following development factors: knowledge, creativity, innovation, entrepreneurship, sustainable development, well-being and solidarity. At the level of applied research we highlight the following projects in 2018 and 2019: 1st Barometer of the Pharmaceutical Industry in Portugal (partnership with the Pharmaceutical Marketing Magazine); Barometer Evaluation of the market sentiment of those involved in the Forwarding sector (partnership with APAT); 2 Barometers associated with Road Freight Transport [1- Evaluation of the sentiment of those involved in the Road Freight Transport sector; 2- Factors constraining the business of those involved in the Road Freight Transport sector] (partnership with Antram and with Transportes em Revista). We also note the participation of faculty and partnerships associated with the following projects in 2018 and 2019: Barometer: ESPA Epidemiology Survey of the European Spas Association; Research Project: "Micro-organizations from a contested field (CAM - Complementary and Alternative Medicine): resolving conflicting institutional demands and legitimacy issues", partnership with Nova School of Business & Economics; Study: Conscious Consumption, carried out by the Conscious Consumption Observatory, within the scope of the Consumption Forum and with the participation of GfK, the University of Lisbon and Universidade Europeia. In terms of fundamental research, we highlight the partnership with UNIDCOM in the perspective of sustained growth of faculty participation in projects that may translate into indexed publications and scientific communications in the near future.

In the implementation of its academic model, IPAM also carries out dozens of projects every year with domestic and foreign companies in order to develop the skills of our undergraduate and master's degree students, highlighting the partnerships that have been developed with the following institutions in recent years: McDonalds; Blue Ocean Foundation; Rock in Rio; Salvador Foundation; Grace; TVI; Sonae and FOX - National Geographic.

IPAM has also created the IPAM Junior Consulting Base that materializes through the implementation of marketing consulting projects with student involvement. At this level we can highlight the partnerships with the companies Innowave, B-Corp, Brave Generation and Inclu.

It should also be noted that, as a member of APPM - Portuguese Association of Marketing Professionals, the constant participation in the activities of these institutions, ensures that IPAM contributes to the spread of knowledge in the areas of marketing in Portuguese society.

9. Enquadramento na rede de formação nacional da área (ensino superior público)

9.1. Avaliação da empregabilidade dos graduados por ciclo de estudos similares com base em dados oficiais:

Para a avaliação da empregabilidade dos graduados por CE similares, consultou-se o DGEEC (<http://www.dgeec.mec.pt/np4/92/>) sendo que, à data de 10/10/2021, encontrava-se disponível o ficheiro com a designação "Caracterização dos desempregados registados com habilitação superior – dezembro de 2020". Entre os anos de 2000 e 2019, formaram-se 109675 estudantes num CE similar ao proposto, nas áreas de Gestão e Administração e Marketing e Publicidade. Segundo os dados atualizados em dezembro de 2020, o total de desempregados com habilitação superior obtida, num ciclo de estudos similar, nas mesmas ACF, entre os anos de 2000 e 2019, era de, apenas, 404. Consequentemente, a taxa de desemprego dos diplomados nestas áreas ronda os 0.3%, o que se traduz numa taxa de empregabilidade acima dos 99%. Este CE é uma proposta inovadora, que permitirá aos diplomados a sua rápida integração ou progressão no mercado de trabalho, estando substancialmente direcionado para uma formação profissionalizante.

9.1. Evaluation of the employability of graduates by similar study programmes, based on official data:

To evaluate the employability of similar EC graduates, the DGEEC (<http://www.dgeec.mec.pt/np4/92/>) was consulted. On 10/08/2021, the file "Characterization of registered unemployed with higher education qualification - June 2020" was available.

Between the years 2000 and 2019, 109675 students graduated in a CE similar to the one proposed, in the areas of Management and Administration and Marketing and Advertising. According to the data updated in June 2020, the total number of unemployed people with a higher education qualification obtained, in a similar cycle of studies, in the same ACF, between the years 2000 and 2019, was, only, 404. Consequently, the unemployment rate for graduates in these areas is around 0.3%, which translates into an employability rate above 99%.

The present EC is embodied in an innovative proposal, which will allow graduates their rapid integration or progression in the labour market, since it is substantially directed towards a vocational training.

9.2. Avaliação da capacidade de atrair estudantes baseada nos dados de acesso (DGES):

Relativamente à atração de estudantes, consultou-se o DGEEC (<http://www.dgeec.mec.pt/np4/92/>) sendo que a 10/10/2021 se encontravam disponíveis os seguintes ficheiros: "Inscritos no 1.º ano, pela 1ª vez, no ano letivo de 2019/2020" e "Inscritos no 1.º ano, pela 1ª vez, no ano letivo de 2020/2021".

Analisado o nº de inscritos dos últimos anos, verifica-se que, em 2019/2020, se inscreveram 10577 estudantes em licenciaturas nas áreas de gestão e administração e de marketing e publicidade e que, no ano seguinte (2020/2021) este número aumentou cerca de 27% (para 13433 estudantes). Os CE nestas áreas científicas têm a capacidade de

atrair estudantes, situação esta que se acredita que irá permanecer, uma vez que estão são áreas de interesse para muitos dos futuros graduados.

9.2.Evaluation of the capability to attract students based on access data (DGES):

With regard to attracting students, the DGEEC (<http://www.dgeec.mec.pt/np4/92/>) was consulted and on 10/10/2021 the following files were available: "1st year students enrolled for the first time in the 2019/2020 academic year" and "1st year students enrolled for the first time in the 2020/2021 academic year".

Analysing the number of enrolments in recent years, in 2019/2020, 10577 students enrolled in degrees in the areas of management and administration and marketing and advertising and that, in the following year (2020/2021) this number increased by about 27% (to 13433 students). The ECs in these scientific areas have the capacity to attract students, a situation that is believed to remain, since these are areas of interest to many of the future graduates.

9.3.Lista de eventuais parcerias com outras instituições da região que lecionam ciclos de estudos similares:

N/A

9.3.List of eventual partnerships with other institutions in the region teaching similar study programmes:

N/A

10. Comparação com ciclos de estudos de referência no espaço europeu

10.1.Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior com duração e estrutura semelhantes à proposta:

Este CE cumpre o estabelecido pela Declaração de Bolonha (nº de ECTS e duração), e está alinhado com o praticado em CE análogos do Espaço Europeu, de que são exemplos:

Bachelor's Degree in Business Management and Administration

<https://www.uspceu.com/en/academic-programs/degree/bachelors-degree-in-business-administration-and-management>

Bachelor's Degree in Business Administration and Management

<https://www.esic.edu/university/grados/bachelors-degree-business-administration-and-management-madrid>

10.1.Examples of study programmes with similar duration and structure offered by reference institutions in the European Higher Education Area:

This degree complies with the established by the Bologna Declaration (nº of ECTS and duration), and is aligned with the practice of similar ECs in the European Area, of which they are examples:

Bachelor's Degree in Business Management and Administration

<https://www.uspceu.com/en/academic-programs/degree/bachelors-degree-in-business-administration-and-management>

Bachelor's Degree in Business Administration and Management

<https://www.esic.edu/university/grados/bachelors-degree-business-administration-and-management-madrid>

10.2.Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior:

Os objetivos deste CE são comuns aos:

Universidad San Pablo: "Learning of the fundamental knowledge of economics and business, the study of the globalized

environment and how it affects organizations, the tools to be taken into account when making business decisions, as well as

their proper interpretation. It is essential to develop the capacity to identify and solve problems by applying professional criteria

and understanding the competitive and institutional location of the organization by identifying its strengths and weaknesses"

"Ability to lead a company effectively, leading teams, managing change to anticipate the business environment, and finding creative solutions. It is also

essential to develop the capacity to carry out critical analysis in quantitative and qualitative terms, including data analysis,

digitalization, interpretation and extrapolation to the business reality".

ESIC: "to develop their career and capabilities in the marketing, sales and/or market research area".

10.2.Comparison with the intended learning outcomes of similar study programmes offered by reference institutions in the European Higher Education Area:

The objectives of this EC are common to the:

Universidad San Pablo: "Learning the fundamental knowledge of economics and business, the study of the globalised environment and how it affects organisations, the tools to take into account when making business decisions, as well as

their correct interpretation. It is essential to develop the ability to identify and solve problems by applying professional

criteria

and understand the competitive and institutional location of the organisation, identifying its strengths and weaknesses".

"Ability to lead a company effectively, lead teams, manage change to anticipate the business environment, and find creative solutions. It is also

essential to develop the ability to perform critical analysis in quantitative and qualitative terms, including data analysis digitisation, interpretation and extrapolation to business reality".

ESIC: "to develop your career and skills in the field of marketing, sales and/or market research".

11. Estágios e/ou Formação em Serviço

11.1. e 11.2 Estágios e/ou Formação em Serviço

Mapa VII - Protocolos de Cooperação

Mapa VII - Protocolo Exemplo

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Protocolo Exemplo

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._\(11.1\) Template Protocolo Estágio-compactado.pdf](#)

11.2. Plano de distribuição dos estudantes

11.2. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis. (PDF, máx. 100kB).

[11.2._\(11.2\) Distribuição dos Estudantes.pdf](#)

11.3. Recursos próprios da Instituição para acompanhamento efetivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço.

11.3. Recursos próprios da Instituição para o acompanhamento efetivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço:

A gestão do processo de estágios envolve vários elementos que trabalham de forma coordenada articulando a dimensão administrativa, pedagógica e científica: Coordenação da Área de Empregabilidade, Diretores de Curso, Qualidade, Student Services e Docentes Orientadores. O Processo de Integração dos Estudantes em Processos de Estágio implica a aprovação prévia de um Plano submetido pelas Instituições que os recebem, verificando-se a adequação dos projetos, das ações e das tarefas ao contexto pedagógico da UC. Este processo é, também, alvo de regulamentação própria, através do Regulamento de Estágios Curriculares e Extracurriculares do IPAM Porto, disponível no website da instituição.

Existem, ainda, uma série de recursos associados ao portal de empregabilidade e estágios, bem como a realização de iniciativas específicas de aproximação entre estudantes e empresas, tais como a Feira de Empregabilidade e M-Day (Construção de CV, Preparação para Entrevista, Speed Meeting, Slow Meeting).

11.3. Institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods:

The management of the internship process involves several elements that work in a coordinated manner articulating the administrative, pedagogical and scientific dimensions: Coordination of the Employability Area, Course Directors, Quality, Student Services and Guidance Professors. The process of integrating students in internship processes implies the prior approval of a plan submitted by the host institutions, verifying the suitability of projects, actions and tasks to the pedagogical context of the course. This process is also subject to specific regulations, through the Regulation of Curricular and Extracurricular Internships of IPAM Porto, available on the website of the institution. There are also a number of resources associated with the employability and internships portal, as well as specific initiatives to bring students and companies together, such as the Employability Fair and M-Day (CV Building, Interview Preparation, Speed Meeting, Slow Meeting).

11.4. Orientadores cooperantes

11.4.1. Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço (PDF, máx. 100kB).

11.4.1 Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço (PDF, máx. 100kB).

<sem resposta>

11.4.2. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por lei)

11.4.2. Mapa X. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por Lei) / External supervisors responsible for following the students' activities (mandatory for study programmes with in-service training mandatory by law)

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional (1)/ Professional qualifications (1)	Nº de anos de serviço / N° of working years
-------------	---	---	---	---

<sem resposta>

12. Análise SWOT do ciclo de estudos

12.1. Pontos fortes:

-CE inovador em Portugal, dirigido a um novo segmento de estudantes e com uma abordagem pedagógica centrada em a) metodologias pedagógicas ativas, com foco em processos de aprendizagem para o desenvolvimento de competências necessárias a várias atividades profissionais; b) imersão profissional, contando com presença de representantes de empresas na sala de aula, em particular durante a execução de projetos e possibilidade de estágio; e c) adequação das competências desenvolvidas e conhecimentos adquiridos às necessidades presentes e futuras do mercado de trabalho.

-Pioneirismo do CE, fazendo entrecruzamento entre a área da Gestão de Negócios e do Marketing, dando resposta a uma tendência académica e profissional cada vez mais relevante;

-Compromisso com os pilares basilares da missão institucional, nomeadamente a Investigação e a Empregabilidade;

-Corpo docente estável e qualificado, comprovado pela sua integração em CI de reconhecida qualidade, produção científica de reconhecido mérito, acrescida de experiência pedagógica e profissional relevante que cumpre os requisitos legais em vigor e tem a experiência e a formação adequada à lecionação nesta modalidade de ensino. A Coordenadora do CE cumpre todos os requisitos legais e apresenta currículo científico relevante e experiência pedagógica;

-Colaboração no desenvolvimento do ciclo de estudos com o Professor Luiz Moutinho, um dos mais reputados investigadores na área Marketing a nível mundial;

-Meios logísticos: instalações (vide 7.2.), equipamentos, bibliografia, software e hardware (vide 7.3) adequados à formação integral dos estudantes;

-Integração numa comunidade académica que prima pela proximidade relacional e pelo rigor científico;

-Mais de 40 parcerias internacionais de mobilidade em que destacamos, protocolo com a PACE Nova York; DCU Dublin e EPHEC Bruxelas;

-Taxa de Empregabilidade: dados oficiais demonstram que a empregabilidade nas licenciaturas das 2 IES ronda os 93%.

12.1. Strengths:

-Degree based on the best resources of 2 "twin" HEIs, which have made marketing their main activity for over 35 years, having a solid recognition of their scientific, professional and social role in this scientific area by companies and employers, students and families and community;

- Innovative degree in Portugal, aimed at a new segment of students and with a pedagogical approach centered on a) active pedagogical methodologies (Project Based Learning), focused on the learning processes for the development of skills, suitable for various professional activities; b) professional immersion, with the presence of representatives of companies in the classroom, particularly during the execution of projects; and c) adequacy of the developed skills and acquired knowledge to the present and future needs of the labor market.

-Pioneering spirit of the degree, making a cross between the area of Marketing and Technology, responding to an increasingly relevant academic and professional trend;

- Commitment to the basic pillars of the institutional mission, namely Research and Employability;

-Excellent teaching staff, proven by integration in IC of recognized quality, scientific production of recognized merit,

plus

relevant pedagogical and professional experience, who complies with the legal requirements in force and has the experience and adequate training to teach in this modality of teaching. The Degree Coordinator fulfills all legal requirements and presents a relevant scientific curriculum and significant pedagogical experience;
-Logistical means: facilities (see 7.2.), Equipment, bibliography, software and hardware (see 7.3) suitable for the integral training of master students;
-Collaboration in the development of the study cycle with Professor Luiz Moutinho, one of the most renowned researchers in the Marketing area worldwide;
-Integration in an academic community that strives for relational proximity and scientific rigor;
-More than 40 international mobility partnerships in which we highlight, protocol with PACE New York; DCU Dublin and EPHEC Brussels
- Employability Rate: official data shows that employability in the HEI's undergraduate degrees is around 93%.

12.2.Pontos fracos:

-As áreas do CE são extremamente dinâmicas pelo que, naturalmente, os conteúdos programáticos necessitam de avaliações e atualizações frequentes.
-Desatualização cíclica das infraestruturas exigidas pela evolução dos sistemas de informação.
-Não deter um centro de investigação próprio;
-Necessidade de melhorar o sistema de informação de gestão académica, que irá permitir agilizar os procedimentos e reduzir o tempo de implementação dos ajustes necessários;
-Ainda não foram estabelecidas parcerias para este CE;
-Sistema interno de garantia de qualidade em fase de acreditação pela A3ES e pela ISO 9001 e 14001.

12.2.Weaknesses:

-The areas of the degree are extremely dynamic so, naturally, the syllabus needs frequent evaluations and updates.
-Cyclical updating of infrastructures required by information systems;
-The absence of its own research center;
-Need to improve the academic management information system, which will streamline procedures and shorten the implementation time of necessary adjustments;
-Internal quality assurance system under accreditation by A3ES and ISO 9001 and 14001.

12.3.Oportunidades:

-Atratividade de Portugal como destino de mobilidade académica e profissional;
-Promoção da exploração das parcerias académicas e científicas com instituições universitárias internacionais e empresariais de referência em Portugal e no estrangeiro;
-Rentabilizar os recursos materiais e tecnológicos para a investigação científica;
-Contribuir significativamente para o progresso na carreira dos professores envolvidos, bem como do acolhimento de projetos de investigação que irão contribuir para o aumento da produção científica afiliada à instituição;
-Potencial de crescimento do impacto das atividades em torno da Gestão de Negócios e do Marketing, no desenvolvimento e no crescimento económico

12.3.Opportunities:

-Activity of Portugal as a destination for academic and professional mobility;
-Promotion of the exploitation of academic and scientific partnerships with leading international and business university institutions in Portugal and abroad;
- Making material and technological resources profitable for scientific research;
-Contribute significantly to the career progress of the professors involved, as well as the reception of research projects that will contribute to the increase of scientific production affiliated to the institution;
-Potential for growing the impact of activities around Business Management and Marketing, on development and economic growth.

12.4.Constrangimentos:

- Crise demográfica: poderá levar à diminuição da procura do ensino superior;
- Concorrência de outras formações de 1.º ciclo e de universidades orientadas, quase exclusivamente, para a investigação;
- Crescimento geral da oferta dos últimos anos e elevada concorrência entre instituições de ensino superior;
- Redução dos apoios sociais (bolsas de estudo) a estudantes, em resultado das políticas de contenção orçamental do Estado;

- A IES é uma instituição de prestígio, apostando no rigor e na seriedade, num sector que, nos últimos anos, tem enfrentado problemas graves de reputação.

12.4.Threats:

- Demographic crisis that can lead to a decreased demand for higher education;*
- Competition from universities devoted almost exclusively to research;*
- Number of higher education institutions growing in recent years and high competition between them;*
- Reduction of social support (scholarships) to students as a result of state budget containment policies.*
- IPAM is a prestigious institution, focusing on rigor and seriousness, in a sector which, in the recent years, has faced serious problems of reputation.*

12.5.Conclusões:

Como instituição pioneira na educação do Marketing em Portugal, o cerne da sua atividade é o Marketing. O trabalho desenvolvido ao longo de mais de 35 anos permite um nível de competências e conhecimentos consistentes para desenvolver e proporcionar formação sólida e eficaz. Baseado numa fundamentação sólida, em dados científicos e de mercado, o IPAM considera que, a par da sua oferta formativa atual em gestão de marketing deve agora surgir uma nova área em gestão de negócios, dando resposta às necessidades do mercado e acompanhando a tendência internacional. Este CE surge, então, a reforçar e alinhado com o posicionamento do IPAM – “Marketing Leads Business” – e procura responder às necessidades de um mercado em constante mudança e cada vez mais volátil, formando profissionais de gestão com competências aprofundadas em negócios e em marketing, capazes de se afirmarem como líderes VUCA perante ambientes imprevisíveis, complexos e ambíguos, onde as empresas se têm, muitas vezes, de reinventar. A licenciatura em Gestão de Negócios dá resposta a este paradigma, com um plano de estudos abrangente que aprofunda conhecimentos nas áreas científicas fundamentais deste CE e nos restantes domínios da gestão (finanças, contabilidade, gestão de pessoas, operações), essenciais para a formação de gestores que necessitam de avaliar o desempenho nos diferentes domínios da gestão e com competências humanas, sendo capazes de criar empatia entre pessoas e organizações e de apresentarem flexibilidade e facilidade de adaptação perante situações inesperadas procurando sempre o melhor cenário.

Por último, refira-se a solidez do corpo docente, contando com especialistas nas áreas de Gestão e Marketing, que têm produzido investigação científica e aplicada de qualidade, com os docentes a publicarem, por exemplo, em revistas internacionais com revisão por pares, para além do desenvolvimento de atividades profissionais relevantes para o CE em apreço. Estes recursos humanos docentes cumprem os critérios de qualificação legalmente requeridos. As instalações, os equipamentos e a tecnologia são, igualmente, adequados para o funcionamento do ciclo de estudo. Considera-se, portanto, que este ciclo de estudos de Licenciatura em Gestão de Negócios reúne todas as condições para oferecer uma formação diferenciada e de qualidade constituindo uma mais-valia no contexto do ensino superior em Portugal.

12.5.Conclusions:

As a pioneering institution in Marketing education in Portugal, the core of its activity is Marketing. The work developed over more than 35 years allows a consistent level of skills and knowledge to develop and provide solid and effective training. Based on a solid foundation in scientific and market data, IPAM considers that, alongside its current training offer in marketing management, a new area in business management should now emerge, responding to market needs and following the international trend. This SC appears, then, to reinforce and aligned with the positioning of IPAM - "Marketing Leads Business" - and seeks to meet the needs of a constantly changing and increasingly volatile market, training management professionals with in-depth skills in business and marketing, able to assert themselves as VUCA leaders facing unpredictable, complex and ambiguous environments, where companies often have to reinvent themselves. The degree in Business Management responds to this paradigm, with a comprehensive study plan that deepens knowledge in the fundamental scientific areas of this degree and in the other fields of management (finance, accounting, people management, operations), essential for the training of managers who need to assess performance in the different fields of management and with human skills, being able to create empathy between people and organizations and to show flexibility and ease of adaptation to unexpected situations, always looking for the best scenario.

Finally, we should mention the solidity of the teaching staff, with experts in the areas of Management and Marketing, who have produced quality scientific and applied research, with faculty members publishing, for example, in peer-reviewed international journals, in addition to developing professional activities relevant to the EC under consideration. These teaching staff meet the legally required qualification criteria. The facilities, equipment and technology are also adequate for the operation of the study cycle.

It is therefore considered that this cycle of studies in Business Management meets all the conditions to offer a differentiated and quality training constituting an asset in the context of higher education in Portugal.