

# ACEF/1112/19402 — Guião para a auto-avaliação

---

## Caracterização do ciclo de estudos.

**A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:**

*Instituto Politécnico De Setúbal*

**A1.a. Descrição da instituição de ensino superior / Entidade instituidora (proposta em associação):**

*Instituto Politécnico De Setúbal*

**A2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):**

*Escola Superior De Ciências Empresariais De Setúbal*

**A2.a. Descrição da unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):**

*Escola Superior De Ciências Empresariais De Setúbal*

**A3. Ciclo de estudos:**

*Marketing*

**A3. Study cycle:**

*Marketing*

**A4. Grau:**

*Licenciado*

**A5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (nº e data):**

*D.R. nº 249 2ª série de 27 de Dezembro 2007*

**A6. Área científica predominante do ciclo de estudos:**

*Marketing*

**A6. Main scientific area of the study cycle:**

*Marketing*

**A7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF).**

*342*

**A7.2. Classificação da área secundária, do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.**

*<sem resposta>*

**A7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.**

*<sem resposta>*

**A8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:**

*180*

**A9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006):**

*3 anos – 6 semestres*

**A9. Duration of the study cycle (art.º 3 DL-74/2006):**

3 years - 6 semesters

**A10. Número de vagas aprovado no último ano lectivo:**

80

**A11. Condições de acesso e ingresso:**

*Acesso pelo Regime Geral:*

- *Habilitações: 12º ano ou habilitação legalmente equivalente*
  - *Provas de ingresso: Economia (04) ou Matemática (16) ou Português (18)*
  - *Preferência Regional: área de influência - Lisboa, Setúbal, R. A. Açores, R. A. Madeira - vagas 50%*
  - *Pré-requisitos: não tem*
  - *Outros acessos preferenciais: vagas - 10%*
  - *Classificações mínimas para a nota de candidatura: 95 pontos*
  - *Fórmula de cálculo da nota para acesso: média do secundário (65%) + provas de ingresso (35%)*
  - *Acesso pelo Concurso Especial para +23 anos*
  - *Existência de provas especiais de acesso que substituem o exame ad-hoc*
  - *Acesso por Concursos Especiais*
- (CET, Reingresso, Titulares de Cursos Superiores, Mudança de Curso e Transferência)*

**A11. Entry Requirements:**

*Access by the General Contest:*

- *Education: Year 12 or equivalent*
  - *Entry exams: Economics (04) or Mathematics (16) or Portuguese (18)*
  - *Regional Preference: area of influence - Lisbon, Setubal, R. A. Azores, R. A. Wood - 50% vacancies*
  - *Prerequisites: no*
  - *Other preferential access: places - 10%*
  - *Ratings for the minimum application grade: 95 points*
  - *Formula for calculating the grade for access: average secondary (65%) + entrance exams (35%)*
  - *Access by Special Contest for +23 years*
  - *Existence of special access exams that replace exam ad-hoc*
  - *Access by Special Contests*
- (CET, Re-Entry, Holders of high graduate diploms, Change high graduate course and Transfer)*

## A12. Ramos, opções, perfis...

### Pergunta A12

---

A12. Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):

Não

#### A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ... (se aplicável)

---

A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation of alternative paths compatible with the structure of the study cycle (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

Options/Branches/... (if applicable):

<sem resposta>

## A13. Estrutura curricular

### Mapa I - -

---

**A13.1. Ciclo de Estudos:**

*Marketing***A13.1. Study Cycle:***Marketing***A13.2. Grau:***Licenciado***A13.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

-

**A13.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

-

**A13.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded**

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
Contabilidade	C	5.5	0
Direito	D	9.5	0
Economia	E	10	0
Finanças	F	5.5	0
Gestão	G	14	0
Gestão Recursos Humanos	GRH	9	0
Marketing	MKT	93	9
Métodos Quantitativos	MQ	11	0
Sistemas e Tecnologias de Informação	STI	9	4.5
<b>(9 Items)</b>		<b>166.5</b>	<b>13.5</b>

## A14. Plano de estudos

### Mapa II - - - 1º ano / 1º Semestre

**A14.1. Ciclo de Estudos:***Marketing***A14.1. Study Cycle:***Marketing***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

-

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

-

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º ano / 1º Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year / 1st semester*

**A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Introdução à Gestão	G	Semestral	135	T: 30,0 PL: 15,0	5	-
Estatística	MQ	Semestral	148.5	T: 30,0 PL: 30,0	5.5	-
Economia	E	Semestral	148.5	T: 45,0 PL: 15,0	5.5	-
Marketing	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Introdução ao Direito	D	Semestral	121.5	T: 30,0 PL: 15,0	4.5	-
Informática	STI	Semestral	121.5	PL: 45,0	4.5	-

(6 Items)

**Mapa II - - - 1º ano / 2º semestre****A14.1. Ciclo de Estudos:***Marketing***A14.1. Study Cycle:***Marketing***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

-

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

-

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º ano / 2º semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***1st Year / 2nd Semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Comportamento Organizacional	GRH	Semestral	121.5	T: 30,0 PL: 15,0	4.5	-
Análise de Dados	MQ	Semestral	148.5	T: 15,0 PL: 45,0	5.5	-
Multimédia	STI	Semestral	121.5	PL: 45,0	4.5	-
Política de Produto	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Política de Preço	MKT	Semestral	148.5	T: 30,0 PL: 30,0	5.5	-
Política de Comunicação	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-

(6 Items)

**Mapa II - - - 2º Ano / 1º Semestre****A14.1. Ciclo de Estudos:***Marketing***A14.1. Study Cycle:***Marketing*

**A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

-

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

-

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2º Ano / 1º Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd Year / 1st Semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Gestão de Recursos Humanos	GRH	Semestral	121.5	T: 15,0 PL: 30,0	4.5	-
Contabilidade	C	Semestral	148.5	T: 30,0 PL: 30,0	5.5	-
Pesquisa de Mercados	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Gestão de Vendas	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Política de Distribuição	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Marketing de Serviços	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-

(6 Items)

**Mapa II - - - 2º ano / 2º Semestre****A14.1. Ciclo de Estudos:***Marketing***A14.1. Study Cycle:***Marketing***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

-

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

-

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2º ano / 2º Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd Year / 2nd Semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
--	---------------------------------------	------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------	--------------------------------

Legislação de Marketing	D	Semestral /Semester	135	T: 30,0 PL: 15,0	5	-
Planeamento de Marketing	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Comportamento do Consumidor	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Marketing Industrial	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Criatividade Publicitária	MKT	Semestral	148.5	T: 30,0 PL: 30,0	5.5	-
Opção Suporte	Depende da opção do aluno	Semestral	121.5	T: 30,0 PL: 15,0	4.5	Opção

(6 Items)

## Mapa II - - - 3º ano / 1º Semestre

### A14.1. Ciclo de Estudos:

*Marketing*

### A14.1. Study Cycle:

*Marketing*

### A14.2. Grau:

*Licenciado*

### A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

-

### A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

-

### A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

*3º ano / 1º Semestre*

### A14.4. Curricular year/semester/trimester:

*3rd Year / 1st Semester*

### A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Gestão da Inovação	G	Semestral	121.5	T: 15,0 PL: 30,0	4.5	-
Gestão da Qualidade	G	Semestral	121.5	T: 15,0 PL: 30,0	4.5	-
Análise Financeira	F	Semestral	148.5	T: 30,0 PL: 30,0	5.5	-
Marketing Internacional	MKT	Semestral	135	T: 30,0 PL: 30,0	5	-
Projecto em Marketing	MKT	Semestral	162	T: 15,0 PL/OT: 45,0	6	-
Opção Especialidade	MKT	Semestral	121.5	T: 15,0 PL: 30,0	4.5	Opção

(6 Items)

## Mapa II - - - 3º Ano / 2º Semestre

### A14.1. Ciclo de Estudos:

*Marketing*

### A14.1. Study Cycle:

*Marketing*

**A14.2. Grau:**  
*Licenciado*

**A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**  
-

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**  
-

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**  
*3º Ano / 2º Semestre*

**A14.4. Curricular year/semester/trimester:**  
*3rd Year / 2nd Semester*

**A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Empreendedorismo	E	Trimestral	121.5	T: 7,5 PL: 15,0	4.5	-
Opção II	MKT	Trimestral	121.5	T: 7,5 PL: 15,0	4.5	Opção
Estágio (3 Items)	MKT	Trimestral	567	E/OT: 405,0	21	-

## Perguntas A15 a A16

**A15. Regime de funcionamento:**  
*Diurno*

**A15.1. Se outro, especifique:**  
*<sem resposta>*

**A15.1. If other, specify:**  
*<no answer>*

**A16. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos (a(s) respectiva(s) Ficha(s) Curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa VIII)**  
*João Paulo Baía (Director); Maria Ângela Nobre (1ºano); Paulo Bogas (2ºano)*

## A17. Estágios e Períodos de Formação em Serviço

### A17.1. Indicação dos locais de estágio e/ou formação em serviço

Mapa III - Protocolos de Cooperação

Mapa III - Em várias organizações através da UC de Estágio Curricular / Projeto Organizacional Aplicado.

**A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**  
*Em várias organizações através da UC de Estágio Curricular / Projeto Organizacional Aplicado.*

**A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**  
[A17.1.2.\\_A17.1.2.Protocolo-tipo Estágio Curricular.pdf](#)

Mapa IV. Mapas de distribuição de estudantes

**A17.2. Mapa IV. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.(PDF, máx. 100kB)**  
Documento com o planeamento da distribuição dos estudantes pelos locais de formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.

[A17.2.\\_A17.2.Mapa IV - estágios angariação vs colocação-2011.pdf](#)

### **A17.3. Recursos próprios da instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes no período de estágio e/ou formação em serviço.**

**A17.3. Indicação dos recursos próprios da instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e períodos de formação em serviço.**

*As licenciaturas da ESCE pretendem formar profissionais capazes de contribuir para o desenvolvimento sustentável das organizações pelo que se procura uma crescente aproximação à sociedade, nomeadamente através da dinamização de parcerias com organizações e da aposta na inserção profissional. Assim, a ESCE dispõe de um Serviço de Apoio ao Estudante (SAE), responsável pela angariação e gestão do processo de estágios curriculares e pelo apoio à inserção na vida ativa dos recém-licenciados. A atividade do SAE engloba ainda a gestão da Bolsa de Emprego – Saídas Profissionais, a organização e realização de eventos relacionados com o emprego, de que são exemplos a Feira de Emprego, as sessões sobre procura de emprego, construção do Curriculum, entre outras, a organização e apoio às provas públicas finais, o apoio e acompanhamento individualizado aos alunos finalistas/diplomados na procura de emprego e a promoção das relações com o exterior.*

**A17.3. Indication of the institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods.**

*The degree of ESCE intend to train professionals capable of contributing to the sustainable development of organizations and we always search for a growing closeness to society, particularly through the encouragement of partnerships with organizations and bet on employability. Thus, ESCE has a Student Support Service (NCS), responsible for collecting and managing the process of curricular stages and support integration into active life of graduates. The activity of the NCS also encompasses the management of Job - Career, organization and implementation of events related to employment, examples of which are the Job Fair, the sessions on job search, construction of the curriculum, among others, the organization and support for public exams end, the support and individualized follow-up to final year students / graduates in finding jobs and promoting relations with the outside world.*

### **A17.4. Orientadores cooperantes**

**A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB).**

**A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB)**

Documento com os mecanismos de avaliação e selecção dos monitores de estágio e formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino e as instituições de formação em serviço.

[A17.4.1.\\_A17.4.1\\_JC\\_Normas instituições de estágio\[1\].pdf](#)

**Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclos de estudos de formação de professores).**

**A17.4.2. Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclo de estudos de formação de professores) / Map V. External supervisors responsible for following the students' activities (only for teacher training study cycles)**

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional / Professional Qualifications	Nº de anos de serviço / No of working years
----------------	--	--	---	---

<sem resposta>

## **Pergunta A18 e A19**

**A18. Observações:**



*Existe uma unidade curricular de estágio curricular no Curso de Marketing. A ESCE disponibiliza informação e apoia os estudantes na apresentação de candidaturas a ofertas de estágios curriculares e também de inserção na vida activa. Este serviço é muito procurado pelos alunos, uma vez que uma grande maioria não se encontra empregada quando ingressa no curso de Marketing.*

*Refira-se que em A17.1.2 colocou-se o PDF de um protocolo-tipo (para o 1º ciclo) e que todos os protocolos estão disponíveis (em papel) na ESCE/IPS, mais precisamente no Serviço de Apoio ao Estudante.*

*No presente relatório não foram incluídos os docentes especialistas que, cumulativamente, detenham formação inicial de grau superior; possuam, no mínimo, 10 anos de experiência profissional na área em que se propõe exercer a docência; e detenham currículo profissional de qualidade e relevância comprovadas para o exercício da profissão na área em causa, devidamente confirmado e aceite pelo órgão técnico científico da IES respetiva. No entanto, essa informação está disponível na instituição.*

#### A18. Observations:

*ESCE provides information and supports graduates in presentation of applications for offers of internships of integration into working life or work experience. This service is much sought by students, because the great majority is not already employed.*

*It should be noted that in A17.1.2 put up the PDF of a model protocol (for the 1st cycle) and that all protocols are available (on paper) in ESCE/IPS, more specifically in the Service of Student Support.*

*In this report, teachers were not included experts who cumulatively hold training of higher degree, have at least 10 years of professional experience in the area where it proposes to carry on teaching, and hold professional resume proven quality and relevance to the profession in that area, as confirmed and accepted by the scientific technical body of relevant technical IES. However, this information is available at the institution.*

#### A19. Participação de um estudante na comissão de avaliação externa

A Instituição põe objecções à participação de um estudante na comissão de avaliação externa?

Não

## 1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

### 1.1. Objectivos gerais definidos para o ciclo de estudos.

*A licenciatura em Marketing visa dotar os diplomados com um conjunto de competências que lhes permita uma boa inserção na vida activa e um desempenho adequado ao nível das actividades profissionais exigidas na área do Marketing em qualquer organização, independentemente da sua dimensão e natureza. No que se refere às áreas de inserção profissional, apresentam-se como mais relevantes as seguintes:*

- Gestor de Marketing
- Gestor de Produto
- Gestor de Cliente
- Gestor de Marcas
- Gestor de Comunicação
- Gestor Comercial
- Supervisor de Vendas
- Técnico de Publicidade

*As áreas de inserção anteriormente descritas encontram correspondência nas competências que os alunos deverão adquirir ao longo deste curso.*

### 1.1. Study cycle's generic objectives.

*The degree in Marketing aims to equip graduates with a skill set that allows them to successful entry into working life and an adequate performance level of professional activities required in the area of marketing in any organization, regardless of their size and nature.*

*As regards the insertion work areas, presents the most relevant as follows:*

- Marketing Manager
- Product Manager
- Customer Manager
- Brand Manager
- Communication Manager
- Commercial Manager
- Sales Supervisor
- Technical Advertising

*The insertion areas described above are matching the skills that students should acquire during this course.*

### 1.2. Coerência dos objectivos definidos com a missão e a estratégia da instituição.

*A Escola Superior de Ciências Empresariais (ESCE) do Instituto Politécnico de Setúbal (IPS) tem como missão "ensinar, investigar e prestar serviços na área das Ciências Empresariais, com os mais elevados níveis éticos*

*e de qualidade, dignificando o Homem, contribuindo, em parceria com a comunidade, para a promoção do desenvolvimento do país e, em particular, da região de Setúbal”.*

*No cumprimento da sua missão, a ESCE tem como objectivos, entre outros, a formação de quadros médios e superiores com um elevado nível de preparação científica, técnica, profissional, cultural e humana, na área das Ciências Empresariais e favorecer um ensino integral, nomeadamente, científico, pragmático e humano.*

*A prossecução de tais objectivos consubstancia-se num conjunto de actividades coerentes e articuladas que a ESCE procura desenvolver e, entre várias, a realização de cursos de formação inicial e pós-graduada, de actualização, especialização e de reconversão profissional.*

*Ao nível do Distrito de Setúbal, área privilegiada de captação de estudantes e de actuação da ESCE/IPS, é caracterizado pela existência de um tecido organizacional bastante diversificado abrangendo actividades e estruturas muito diversificadas (agricultura, pescas, indústria transformadora, construção, comércio, serviços, saúde, educação, cultura, recreio, lazer, administração pública).*

*Por outro lado, a necessidade de assumir os desafios da competitividade, de fomentar o crescimento económico e de promover a modernização do tecido empresarial, tendo em conta a inserção de Portugal no espaço europeu, somente será possível de alcançar com uma valorização dos recursos humanos no sentido de desenvolvimento de competências por forma a enfrentar os desafios resultantes da permanente mutação da envolvente.*

*Torna-se, por conseguinte, fundamental aumentar a competitividade das organizações, o que passa, entre outros, por fomentar as competências na área das ciências empresariais.*

*Justifica-se, assim, a existência da licenciatura em Marketing enquadrada numa estratégia de ligação do Ensino Superior e, em particular, da ESCE com a comunidade envolvente, sobretudo a da região de Setúbal, onde existe um número significativo de empresas, grande parte das quais PME.*

### **1.2. Coherence of the study cycle's objectives and the institution's mission and strategy.**

*The College of Business Administration (ESCE) of Setúbal Polytechnic (IPS) has as its mission "to teach, investigate and provide services in the area of Business Administration, with the highest ethical and quality standards, dignifying Human Being, contributing, in partnership with the community, to promote the development of the country and, in particular, the region of Setúbal."*

*In fulfilling its mission, ESCE aims to train middle and senior management to a high level of scientific, technical, professional, cultural and human preparedness, in the area of Business Administration and to promote a comprehensive scientific, pragmatic and humane education.*

*The pursuit of these objectives is embodied in a set of coherent and coordinated activities that ESCE seeks to develop with initial training courses right through to postgraduate education, related with updating, retraining and specialization.*

*The College's main geographical area for attracting students and responsible action is the Setúbal region. This region has a wide diversity of structures and economic activities (agriculture, fisheries, manufacturing, construction, trade, services, health, education, culture, recreation, leisure, public administration).*

*Such diversity along with Portugal's inclusion in Europe increases the challenges of competitiveness, the need to foster economic growth and promote the modernization of business, in a constantly changing environment, that are only possible to achieve with a human resources development aiming at competence development.*

*This essential requirement to increase the competitiveness of organizations, by fostering skills in the area of business administration, fully justifies that there is a degree in Marketing framed within the Higher Education strategy and in particular for ESCE to connect with the surrounding community, especially in the region of Setúbal, where there are a significant number of companies, most of which are SMEs.*

### **1.3. Meios de divulgação dos objectivos aos docentes e aos estudantes envolvidos no ciclo de estudos.**

*As Escolas IPS disponibilizam informação sobre cada ciclo de estudos, nas respetivas páginas web, referindo objetivos e competências de cada um. Disponibilizam-se do mesmo modo informações complementares associadas aos ciclos de estudos, bem como os Relatórios de Concretização do processo de Bolonha, contendo informação sobre o funcionamento do ciclo de estudos. Não estão sistematizados procedimentos específicos direcionando esta informação para um determinado grupo de estudantes e ou docentes sendo esta disponibilizada para todos. Há ainda brochuras de divulgação que são cedidas quando solicitadas e no âmbito de eventos. No acolhimento são apresentados os cursos, planos de estudos e objetivos aos estudantes. Há ainda, reuniões promovidas pelos diretores de cursos e docentes representantes de ano com os estudantes. Está em curso a elaboração de manuais de acolhimento para estudantes e docentes sendo que nos mesmos constará informação sobre os cursos, planos de estudos e objetivos.*

### **1.3. Means by which the students and teachers involved in the study cycle are informed of its objectives.**

*IPS Schools provide information about each study cycle, on their respective web pages, referring to objectives and competencies of each study cycle. They also provide additional information related to courses, as well as reports concerning the Implementation of the Bologna process. No specific systematized procedures direct this information to a particular group of students or teachers, meaning that this information is available for everyone. At events, or when requested, course information brochures are distributed. At the welcome sessions for new students, the courses, study plans and objectives are presented. These are complemented by meetings with students promoted by course directors and faculty representatives by year. We are currently preparing manuals to accommodate students and faculty members containing information about courses, study plans and objectives.*

## 2. Organização Interna e Mecanismos de Garantia da Qualidade

### 2.1 Organização Interna

---

**2.1.1. Descrição da estrutura organizacional responsável pelo ciclo de estudo, incluindo a sua aprovação, a revisão e actualização dos conteúdos programáticos e a distribuição do serviço docente.**

*O ciclo de estudos é gerido por estruturas organizacionais a dois níveis. Por um lado, pelos órgãos de gestão que, de acordo com as competências legalmente estabelecidas, asseguram níveis mínimos de qualidade, desde a concepção e a aprovação interna das estruturas e dos programas curriculares (Conselho Técnico-Científico) até ao acompanhamento das atividades pedagógicas (Conselho Pedagógico).*

*Por outro lado, o Diretor de Curso (nomeado pelo Diretor da ESCE), os responsáveis das Unidades Curriculares e os Coordenadores de Ano asseguram o cumprimento das orientações e das normas definidas pelos órgãos de gestão relativas aos cursos, velando pelo bom funcionamento dos mesmos e propondo ações de melhoria. No que se refere à distribuição do serviço docente, esta é elaborada pelos respetivos Departamentos, após enquadramento das necessidades pelo Diretor da ESCE, analisada e aprovada pelo Conselho Técnico-Científico e homologada pelo Diretor da ESCE.*

**2.1.1. Description of the organisational structure responsible for the study cycle, including its approval, the syllabus revision and updating, and the allocation of academic service.**

*The course of study is managed by organizational structures at two levels. On the one hand, by two levels of management, in accordance with the powers legally established, ensure minimum levels of quality, from design and approval of internal structures and curricula (Scientific-Technical Council) to the monitoring of educational activities (Council teaching).*

*On the other hand, the Course Director (appointed by the Director of ESCE), the Curricular Unit's Responsible, the Grade Coordinators ensure compliance with guidelines and standards set by Management Bodies regarding the degree courses, ensuring their correct operation and proposing improvement actions. In what concerns the allocation of academic service, this is prepared by the respective Departments, after the identification of needs by the Director of ESCE, reviewed and approved by the Scientific-Technical Board and approved by the Director of ESCE.*

**2.1.2. Forma de assegurar a participação activa de docentes e estudantes nos processos de tomada de decisão que afectam o processo de ensino/aprendizagem e a sua qualidade.**

*No âmbito do Conselho Pedagógico têm sido disponibilizados inquéritos online sobre todas as Unidades Curriculares de todos os cursos para serem preenchidos pelos estudantes. Atendendo à fraca participação, no ano em questão, realizaram-se dois "focus Group" um com estudantes do 1º ciclo e outro com estudantes do 2º ciclo. Em sede de Conselho Pedagógico foi constituído um Grupo de Trabalho com docentes e estudantes que identificou aspetos a melhorar no funcionamento da Escola e dos Cursos. Embora não constituam práticas sistematizadas, é usual no início e no final de cada semestre haver reuniões de trabalho entre docentes que lecionam em cada um dos cursos permitindo recolher os seus contributos para a melhoria dos processos de ensino/aprendizagem. Estão em estudo procedimentos que promovam um aumento da participação ativa nestes processos quer por parte de estudantes quer de docentes.*

**2.1.2. Means to ensure the active participation of academic staff and students in decision-making processes that have an influence on the teaching/learning process, including its quality.**

*Under the Pedagogical Council inquiries have been made available online on all Curriculum Units for all courses to be completed by students. Given the low turnout, in that year, there were two "Focus Group" with a 1st cycle students and other students with the 2nd cycle. In Pedagogical Council was constituted a Working Group with teachers and students who identified aspects to improve the functioning of the School and Courses. Although not systematic practice, it is usual at the beginning and end of each semester realize meetings between teachers who teach in each course allowing to collect their contributions to the improvement of teaching / learning. We are currently evaluating procedures that promote an increase in active participation in these processes either by students or teachers.*

### 2.2. Garantia da Qualidade

---

**2.2.1. Estruturas e mecanismos de garantia da qualidade para o ciclo de estudos.**

*Para além das estruturas existentes definidas em 2.1.1., a ESCE está a implementar uma estrutura local da Qualidade (que integra o Sistema Integrado de Gestão do IPS – SIGIPS) e que tem como principais as seguintes competências:*

- Conceber e implementar os procedimentos específicos da Escola;*
- Representar a ESCE, no Núcleo de Gestão da Qualidade da UNIQUA/IPS;*
- Preparar o relatório de apoio à revisão do SIGIPS.*

*Esta estrutura local da Qualidade é coordenada, a nível central, pela Unidade para a Avaliação e a Qualidade do IPS (UNIQUA/IPS) que, apesar de não ter poder de intervenção direta no funcionamento do ciclo de estudos, coordena as estruturas locais da qualidade existentes nas Escolas e tem competências ao nível da coordenação do Sistema Integrado de Gestão do IPS (SIGIPS).*

#### **2.2.1. Quality assurance structures and mechanisms for the study cycle.**

*In addition to the responsables defined in 2.1.1., there is a local structure that integrates the Quality Management System Integrated IPS - SIGIPS.*

*This structure is coordinated centrally by the Unit for the Evaluation and Quality of IPS (Uniqua / IPS) that, despite having no power to intervene directly in the operation of the course, coordinating the local structures of existing Quality in Schools the SPR and the SAS and has skills in the coordination of SIGIPS, among which are:*

- The establishment of management procedures common to all OU and OU-specific;*
- The definition of a monitoring process common to all courses of studies (and CU) and common tools for characterization and hearing students;*
- The studies under the teaching-learning process, helping to understand the problem of school failure and dropout.*

#### **2.2.2. Indicação do responsável pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade e sua função na instituição.**

*A responsabilidade pela gestão da qualidade do programa de estudos é, em primeira instância, a Direcção do Curso, em articulação com o Departamento da respectiva área científica, a qual reporta aos diferentes órgãos estatutariamente constituídos nas diferentes áreas de competência. Note-se que, neste âmbito, a Direcção do Curso tem vindo a elaborar relatórios anuais de pilotagem dos processos e dos resultados e respectivas propostas de melhoria. Num nível mais global importa referir que está em curso o processo de criação de estruturas transversais de Gestão da Qualidade ao nível do IPS, sob a coordenação da UNIQUA.*

#### **2.2.2. Responsible person for the quality assurance mechanisms and position in the institution.**

*The responsibility for managing the quality of the study program is firstenely the Director of the Master with the Department of the scientific area and reports to the statutory bodies. In this context, the team coordination of the Program has produced annual reports for monitoring of the academic processes and outcomes and make some suggestions for improvements. In a more broad level is important to say that the IPS is creating transversal structures for quality management under the coordination of UNIQUA.*

#### **2.2.3. Procedimentos para a recolha de informação, acompanhamento e avaliação periódica do ciclo de estudos.**

*Periodicamente existem reuniões onde se analisa a evolução do ciclo de estudos e eventuais questões de funcionamento que deverão ser melhoradas.*

*Essas reuniões são realizadas a dois níveis:*

- Reuniões dos coordenadores de cada ano com os respectivos representantes dos alunos;*
- Reuniões do director de curso com os coordenadores de cada ano para se debaterem soluções para os problemas de funcionamento identificados.*

#### **2.2.3. Procedures for the collection of information, monitoring and periodic assessment of the study cycle.**

*Periodically there are meetings for analyze the evolution of the course and any operating issues that should be improved.*

*These meetings are held at two levels:*

- Meetings of the coordinators of each year with their student representatives;*
- Meetings of the course director with the coordinators of each year to discuss solutions to the problems of functioning identified.*

#### **2.2.4. Ligação facultativa para o Manual da Qualidade**

[http://www.ips.pt/ips\\_si/web\\_base.gera\\_pagina?p\\_pagina=28706](http://www.ips.pt/ips_si/web_base.gera_pagina?p_pagina=28706)

#### **2.2.5. Discussão e utilização dos resultados das avaliações do ciclo de estudos na definição de acções de melhoria.**

*As avaliações periódicas do ciclo de estudos têm como finalidade debater as questões de funcionamento que necessitam de ajuste de forma a garantir a qualidade do ensino pretendida.*

*Nesse sentido, são estabelecidas acções que são implementadas, em coordenação com os docentes das unidades curriculares envolvidas e com os órgãos de gestão da ESCE.*

#### **2.2.5. Discussion and use of study cycle's evaluation results to define improvement actions.**

*The periodic evaluations of the course are intended to discuss operational issues that need adjustment to ensure the quality of education you want.*

*In this sense, are set out actions that are implemented in coordination with the teachers of the courses involved and the management bodies of the ESCE.*

#### **2.2.6. Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.**

*Em 2006 foi feita uma reestruturação do ciclo de estudos tendo em vista a sua adequação ao Processo de*

*Bolonha. Posteriormente e anualmente, desde 2008, são elaborados relatórios de auto-avaliação do curso de Marketing no quadro de implementação do Processo de Bolonha, tendo em vista monitorizar os seus efeitos ao nível dos métodos pedagógicos utilizados pelos docentes, dos resultados obtidos pelos estudantes e da sua inserção profissional. Referência ainda para o facto do IPS ter sido avaliado pela European University Association em 2008 (relatório disponível em [http://www.ips.pt/ips\\_si/web\\_gessi\\_docs.download\\_file?p\\_name=F807637728/Aval\\_institucional-RelatorioFinalEUA.pdf](http://www.ips.pt/ips_si/web_gessi_docs.download_file?p_name=F807637728/Aval_institucional-RelatorioFinalEUA.pdf)), tendo também aderido ao programa de acompanhamento em 2011 (relatório disponível em [https://www.si.ips.pt/ips\\_si/web\\_gessi\\_docs.download\\_file?p\\_name=F963739270/IEP\\_IPS\\_FU\\_Relatório\\_Final\\_Português\\_doc.pdf](https://www.si.ips.pt/ips_si/web_gessi_docs.download_file?p_name=F963739270/IEP_IPS_FU_Relatório_Final_Português_doc.pdf)).*

#### 2.2.6. Other forms of assessment/accreditation in the last 5 years.

*In 2006 it was made a study cycle reorganization to the Bologna Process adaptation. Subsequently and every year since 2008, reports are prepared for self-evaluation of Marketing study cycle in the context of Bologna Process implementation, in order to monitor their effects on teaching methods used, the results obtained by students and their employability. Still referring to the fact that the IPS has been evaluated by the European University Association in 2008 (report available at [http://www.ips.pt/ips\\_si/web\\_gessi\\_docs.download\\_file?p\\_name=F807637728/Aval\\_institucional-RelatorioFinalEUA.pdf](http://www.ips.pt/ips_si/web_gessi_docs.download_file?p_name=F807637728/Aval_institucional-RelatorioFinalEUA.pdf)), has also joined the monitoring program in 2011 (report available at <https://www.si.ips.pt>).*

## 3. Recursos Materiais e Parcerias

### 3.1 Recursos materiais

#### 3.1.1 Instalações físicas afectas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços lectivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.).

**Mapa VI - Instalações físicas / Map VI - Spaces**

Tipo de Espaço / Type of space	Área / Area (m2)
6 Anfiteatros (aulas teóricas)	606
12 Salas de aulas (teórico/práticas)	636
8 Laboratórios de informática (aulas laboratoriais)	450
2 Laboratórios de informática (apoio pedagógico - 24h/dia)	112
1 Centro de Documentação	1751
1 Auditório (300 lugares)	280
51 Gabinetes para docentes	780
5 Gabinetes para órgãos de gestão	128
11 Gabinetes para serviços administrativos	385
6 Salas de Reuniões	180
1 sala multiusos (apoio pedagógico, exames, convívio)	250
Centro de apoio informático	55
Centro de Investigação em Ciências Empresariais (CICE)	55
Serviços Académicos	90
Atrio Principal	300
2 Bares	226
Associação de Estudantes	225
Instalações Sanitárias	354
Espaços de Circulação	2225
Serviços Académicos	186
Outros / others	1360

#### 3.1.2 Principais equipamentos e materiais afectos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didácticos e científicos, materiais e TICs).

**Mapa VII - Equipamentos e materiais / Map VII - Equipments and materials**

Equipamentos e materiais / Equipment and materials	Número / Number
EQUIPAMENTOS INFORMÁTICOS	0
Computadores instalados em Laboratórios de informática	253

Computadores instalados em salas de aula e anfiteatros	45
Computadores instalados em gabinetes e serviços	130
Computadores portáteis	35
Impressoras instaladas em Laboratórios de informática	6
Impressoras instaladas em Gabinetes e serviços	90
Servidores	10
Digitalizadoras de Imagem	6
EQUIPAMENTOS AUDIOVISUAIS	0
Projectores de vídeo instalados em salas de aula	32
Projectores de vídeo p <sup>a</sup> utilização diversa	2
Kit de vídeo-conferência	1
Televisores sistemas de informação interna	7
BASES DE DADOS DE APOIO PEDAGÓGICO E CIENTIFICO	0
Proquest; B-on; Mediateca – Bibliobase	3
Sabi; Nielsen InfoServer 3.4; Stata 10.0	4
SOFTWARE DE APOIO PEDAGÓGICO E CIENTIFICO	0
Adobe CS3 Design Premium; CorelDraw X4; KompoZer 0.7.10; OxygenXML	9
ArGIS 9.3.1; Sybase Power Designer 15.0; Visual Studio 2008	4
Eviews 6; Mathematica; Scientific Workplace; SPSS	5
SAP Business One; Navision; Primavera; SAGE Next	4
Oracle 9i; Oracle SQL Developer 2.1	3
Moodle; Microsoft Office 2010	2
Windows Server 2008 Enterprise; Windows Vista; Windows XP, Windows 7	4

## 3.2 Parcerias

### 3.2.1 Eventuais parcerias internacionais estabelecidas no âmbito do ciclo de estudos.

*A nível do Instituto Politécnico de Setúbal (IPS), existem 48 acordos bilaterais no âmbito da Mobilidade Erasmus e 11 protocolos de intercâmbio no âmbito das bolsas luso brasileiras Santander Universities, que abrangem todos os ciclos de estudos.*

*No que se relaciona com o programa Erasmus, a nível da área de estudos comerciais/ciências de gestão, o IPS tem acordos com instituições de ensino superior da Alemanha, Bélgica, Dinamarca, Eslováquia, Espanha, Finlândia, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Itália, Letónia, Lituânia, Polónia, Reino Unido e República Checa. Quanto às bolsas luso brasileiras Santander Universities, este é um Programa abrangido pelo Convénio assinado entre o IPS e o Banco Santander Totta que prevê, entre outras medidas, a atribuição de bolsas de mobilidade de estudantes para o Brasil com a duração de 1 semestre. A este respeito, existem 11 protocolos de intercâmbio.*

### 3.2.1 International partnerships within the study cycle.

*At the level of the Setúbal Polytechnic (IPS), there are 48 bilateral agreements in the framework of Erasmus Mobility and 11 exchange protocols in the context of Portuguese-Brazilian scholarships Santander Universities, covering all degree courses.*

*As relates to the Erasmus program, in the area of commercial studies/management sciences, the IPS has agreements with institutions of higher education in Belgium, Czech Republic, Denmark, Finland, Germany, Greece, Hungary, Ireland, Italy, Latvia, Lithuania, Poland, Slovakia, Spain, and UK.*

*As to the scholarships Santander Universities, this is a program covered by the Agreement signed between the IPS and Banco Santander Totta, which provides, inter alia, the award of mobility grants for students to Brazil with duration of one semester. In this respect, there are 11 exchange protocols.*

### 3.2.2 Colaborações com outros ciclos de estudos, bem como com outras instituições de ensino superior nacionais.

*Não existe qualquer colaboração formal estabelecida do presente ciclo de estudos com outros ciclos de estudo nem com outras instituições de ensino superior nacionais. De referir, todavia, que se tem registado a realização de aulas abertas e seminários, promovidos no âmbito de unidades curriculares em que participam estudantes de outros ciclos de estudo e em que, por vezes, colaboram docentes de outras instituições de ensino superior nacionais.*

### 3.2.2 Collaboration with other study cycles of the same or other institutions of the national higher education system.

*There is no formal collaboration established between the current study cycle and other study cycles or with other national institutions of higher education.*

*It should be noted, however, there has been several open classes and seminars, promoted in the context of*

*Curricular Units in which students of other study cycles participate and that, sometimes have the collaboration of teachers from other national institutions of higher education.*

### 3.2.3 Procedimentos definidos para promover a cooperação interinstitucional no ciclo de estudos.

*O estabelecimento de parcerias com instituições de ensino superior através da adesão a redes ou convénios que congreguem, em torno de interesses comuns e de objectivos bem delineados, diferentes instituições nacionais e/ou estrangeiras é um objectivo estratégico do IPS e das suas unidades orgânicas.*

*É da competência do Conselho Técnico-Científico da ESCE propor ou pronunciar-se sobre a realização de acordos e de parcerias nacionais ou internacionais -conforme alínea h) do ponto 1 do artigo 26.º dos Estatutos da ESCE -cabendo a decisão sobre tais acordos ao Presidente do IPS -conforme alínea v) do ponto 1 do artigo 25.º dos Estatutos do IPS.*

### 3.2.3 Procedures to promote inter-institutional cooperation within the study cycle.

*The establishment of partnerships with institutions of higher education by joining networks or agreements which bring together, around common interests and well defined objectives, different national and / or foreign institutions is a strategic objective of the IPS and its organizational units.*

*It is the responsibility of the Scientific-Technical Council of ESCE to propose or give opinion on the implementation of national or international agreements and partnerships -see Article 26, 1. h) of ESCE Statutes. The decision on such agreements rests on the President of IPS – according to Article 25, 1. v) of paragraph 1 of ESCE Statutes.*

### 3.2.4 Práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público.

*Habitualmente são dinamizados um conjunto de eventos, pelas UCs do curso e pela Direção do curso de Marketing, que pretendam proporcionar aos alunos experiências diferenciadas, visando o desenvolvimento de competências e uma maior aproximação relativamente ao mercado de trabalho:*

- Feira de emprego, que é realizada anualmente e é transversal a todos os cursos da ESCE, que pretende proporcionar um conjunto de actividades facilitadoras da integração dos estudantes no mercado de trabalho e que incluam workshops e seminários;
- Realização de aulas abertas e de seminários sobre diversos temas de marketing;
- Apoio nas candidaturas para estágios profissionais e de inserção na vida activa;
- Apoio na divulgação e na concepção dos projectos de grupos de alunos de Marketing na iniciativa EDP University Challenge 2010/2011.

### 3.2.4 Relationship of the study cycle with business network and the public sector.

*There are usually a streamlined set of events by the curricular units of the course and direction of the Marketing course, which sought to provide students with unique experiences in order skills development and a closer relation to the labor market:*

- Job Fair, which is held annually and is transversal to all courses ESCE aims at providing a set of activities that facilitate student integration into the labor market and included workshops and seminars;
- Realization of open classes and seminars on various topics of marketing;
- Support the applications for work placements and integration into working life;
- Assist in the dissemination and project design groups of students in the Marketing Initiative EDP University Challenge 2010/2011.

## 4. Pessoal Docente e Não Docente

### 4.1. Pessoal Docente

---

#### 4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Ana Paula Peixoto Guedes

##### 4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

*Ana Paula Peixoto Guedes*

##### 4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

##### 4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***60***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Aníbal Manuel da Mota Areia****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Aníbal Manuel da Mota Areia***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - António José Cardoso de Sousa Simões****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***António José Cardoso de Sousa Simões***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Carlos Augusto Clamote****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Carlos Augusto Clamote***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>*



**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

50

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

100

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Élia Isabel Gamito de Jesus****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Élia Isabel Gamito de Jesus***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

50

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Fernanda Maria de Jesus Andrade****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Fernanda Maria de Jesus Andrade***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada**

em A1):

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Graça Miranda Fernandes Penteadó**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Graça Miranda Fernandes Penteadó*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Graziela Maria Morais Vieira da Silva**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Graziela Maria Morais Vieira da Silva*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Henrique Manuel Pimentel Reis**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Henrique Manuel Pimentel Reis*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Isidro José Vitoriano Pedro**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Isidro José Vitoriano Pedro*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Equiparado a Assistente ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*50*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - João Carlos Estrela da Silva Rocha dos Santos**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*João Carlos Estrela da Silva Rocha dos Santos*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Equiparado a Assistente ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*50*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - João Paulo Sousa Crespo Laureano Baía****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***João Paulo Sousa Crespo Laureano Baía***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

100

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - José Alberto Machado Simões****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Alberto Machado Simões***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

100

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Luís Inácio Guerreiro Domingos Sebastião****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Luís Inácio Guerreiro Domingos Sebastião***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

50

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Luísa Margarida Cagica Carvalho**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Luísa Margarida Cagica Carvalho*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**  
*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Maria de Lurdes Cardina Pedro**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Maria de Lurdes Cardina Pedro*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**  
*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Maria do Amparo Peixoto Guedes**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Maria do Amparo Peixoto Guedes*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Maria Teresa Candeias Godinho Henriques****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Maria Teresa Candeias Godinho Henriques***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Micaela de Jesus Bragadeste Lopes****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Micaela de Jesus Bragadeste Lopes***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Nuno Filipe Lopes Casas Novas****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Nuno Filipe Lopes Casas Novas***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Paulo Duarte Valente Almeida da Silveira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Paulo Duarte Valente Almeida da Silveira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Paulo Sérgio Ribeiro de Araújo Bogas****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Paulo Sérgio Ribeiro de Araújo Bogas***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***70***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Raquel Ferreira Pereira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Raquel Ferreira Pereira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Renato Argüelles Teixeira Morais****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Renato Argüelles Teixeira Morais***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Rogério Manuel Rosado Silveira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Rogério Manuel Rosado Silveira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Rui Carlos Marques Alves****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Rui Carlos Marques Alves***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada**



em A1):

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente convidado ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*50*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Sónia Cristina Baião Pires Nascimento**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Sónia Cristina Baião Pires Nascimento*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente convidado ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*50*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Susana de Campos Brito Galvão**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Susana de Campos Brito Galvão*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Susana Maria Teixeira da Silva**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Susana Maria Teixeira da Silva*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Alcina Maria Narciso Prata**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Alcina Maria Narciso Prata*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Ana Carina Borrego Martins**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Ana Carina Borrego Martins*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente convidado ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*50*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - David Robert Snow****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***David Robert Snow***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

100

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Helena Alexandra Couceiro Feio de Almeida Penalva****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Helena Alexandra Couceiro Feio de Almeida Penalva***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Assistente convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

100

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Joana Assis Martins Guita****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Joana Assis Martins Guita***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Assistente convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

20

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - José Manuel Matos Pereira**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*José Manuel Matos Pereira*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**  
*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Lina Maria Fortes Ferreira**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Lina Maria Fortes Ferreira*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**  
*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Maria Teresa Gomes Valente da Costa**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Maria Teresa Gomes Valente da Costa*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Mário Luís Pereira Cravidão****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Mário Luís Pereira Cravidão***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Pedro Rafael Carvalho da Fonseca****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Pedro Rafael Carvalho da Fonseca***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Sandra Cristina Dias Nunes****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Sandra Cristina Dias Nunes***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:***Professor Coordenador ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Sandrina Berthault Moreira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Sandrina Berthault Moreira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Tânia Sabrina Soares Martins Reigadinha****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Tânia Sabrina Soares Martins Reigadinha***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Equiparado a Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Hernâni Raúl Vergueiro Monteiro Cidade Mourão****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Hernâni Raúl Vergueiro Monteiro Cidade Mourão***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Carlos Manuel Severino da Mata****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Carlos Manuel Severino da Mata***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Ana Maria Tomás dos Santos****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Ana Maria Tomás dos Santos***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***<sem resposta>***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Maria Dulce da Costa Matos e Coelho****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Maria Dulce da Costa Matos e Coelho***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada**

em A1):

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Jorge Manuel Baptista Regino**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Jorge Manuel Baptista Regino*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*30*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Maria de Fátima Simões Évora Queiroz Correia**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Maria de Fátima Simões Évora Queiroz Correia*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Equiparado a Assistente ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*30*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático após submissão do guião)**



**4.1.2. Equipa docente do ciclo de estudos / Study cycle's academic staff**

<b>Nome / Name</b>	<b>Grau / Degree</b>	<b>Área científica / Scientific Area</b>	<b>Regime de tempo / Employment link</b>	<b>Informação/ Information</b>
Ana Paula Peixoto Guedes	Mestre	Information Management	60	<a href="#">Ficha submetida</a>
Aníbal Manuel da Mota Areia	Doutor	Matemática	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
António José Cardoso de Sousa Simões	Mestre	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Carlos Augusto Clamote	Mestre	Gestão	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil	Mestre	Gestão de Empresas	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Élia Isabel Gamito de Jesus	Licenciado	Sem informação	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Fernanda Maria de Jesus Andrade	Mestre	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Graça Miranda Fernandes Penteado	Licenciado	Sem informação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Graziela Maria Morais Vieira da Silva	Mestre	Gestão e Organização de Empresas - tese em Marketing	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Henrique Manuel Pimentel Reis	Doutor	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Isidro José Vitoriano Pedro	Licenciado	Gestão de Sistemas de Informação	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
João Carlos Estrela da Silva Rocha dos Santos	Licenciado	Engenharia Mecânica	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
João Paulo Sousa Crespo Laureano Baía	Doutor	Gestão com Especialização em Marketing	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
José Alberto Machado Simões	Mestre	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Luís Inácio Guerreiro Domingos Sebastião	Mestre	Gestão de Recursos Humanos	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Luísa Margarida Cagica Carvalho	Doutor	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria de Lurdes Cardina Pedro	Mestre	Psicologia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria do Amparo Peixoto Guedes	Mestre	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria Teresa Candeias Godinho Henriques	Mestre	Contabilidade	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Micaela de Jesus Bragadeste Lopes	Mestre	Direito	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Nuno Filipe Lopes Casas Novas	Licenciado	Gestão	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Paulo Duarte Valente Almeida da Silveira	Mestre	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Paulo Sérgio Ribeiro de Araújo Bogas	Mestre	Gestão de Empresas	70	<a href="#">Ficha submetida</a>
Raquel Ferreira Pereira	Mestre	Economia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Renato Argüelles Teixeira Morais	Licenciado	Sistemas e Tecnologias de Informação	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Rogério Manuel Rosado Silveira	Mestre	Economia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Rui Carlos Marques Alves	Licenciado	Gestão de Empresas	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Sónia Cristina Baião Pires Nascimento	Licenciado	Gestão de Empresas	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Susana de Campos Brito Galvão	Mestre	Sem informação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Susana Maria Teixeira da Silva	Mestre	Contabilidade	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Alcina Maria Narciso Prata	Mestre	Sistemas de Informação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Ana Carina Borrego Martins	Licenciado	Arquitectura de Design	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
David Robert Snow	Mestre	Sem informação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Helena Alexandra Couceiro Feio de Almeida Penalva	Mestre	Probabilidades e Estatística	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Joana Assis Martins Guita	Licenciado	Sem informação	20	<a href="#">Ficha submetida</a>
José Manuel Matos Pereira	Doutor	Direito	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Lina Maria Fortes Ferreira	Doutor	Psicologia Social e Psicologia das Organizações	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria Teresa Gomes Valente da Costa	Doutor	Gestão - área científica estratégia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Mário Luís Pereira Cravidão	Mestre	Gestão de Empresas	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Pedro Rafael Carvalho da	Licenciado	Informática/Comunicação	50	<a href="#">Ficha submetida</a>

Fonseca				
Sandra Cristina Dias Nunes	Doutor	Matemática/Estatística	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Sandrina Berthault Moreira	Mestre	Economia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Tânia Sabrina Soares Martins Reigadinha	Mestre	Sociologia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Hernâni Raúl Vergueiro Monteiro Cidade Mourão	Doutor	Informática	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Carlos Manuel Severino da Mata	Mestre	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Ana Maria Tomás dos Santos	Mestre	Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria Dulce da Costa Matos e Coelho	Doutor	Gestão (ramo de Marketing)	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Jorge Manuel Baptista Regino	Mestre	Gestão da Qualidade	30	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria de Fátima Simões Évora Queiroz Correia	Mestre	Marketing	30	<a href="#">Ficha submetida</a>
			<b>4060</b>	

<sem resposta>

#### 4.1.3. Dados da equipa docente do ciclo de estudos

##### 4.1.3.1.a Número de docentes em tempo integral na instituição

33

##### 4.1.3.1.b Percentagem dos docentes em tempo integral na instituição (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

<sem resposta>

##### 4.1.3.2.a Número de docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos

33

##### 4.1.3.2.b Percentagem dos docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

<sem resposta>

##### 4.1.3.3.a Número de docentes em tempo integral com grau de doutor

11

##### 4.1.3.3.b Percentagem de docentes em tempo integral com grau de doutor (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

<sem resposta>

##### 4.1.3.4.a Número de docentes em tempo integral com o título de especialista

<sem resposta>

##### 4.1.3.4.b Percentagem de docentes em tempo integral com o título de especialista (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

<sem resposta>

##### 4.1.3.5.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano

10,7

##### 4.1.3.5.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

<sem resposta>

##### 4.1.3.6.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha)

18,8

**4.1.3.6.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha)**  
 (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)  
 <sem resposta>

#### Perguntas 4.1.4. e 4.1.5

##### 4.1.4. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente actualização

*Terminada a fase de discussão pública do projeto de Regulamento de Avaliação de Desempenho e Alteração do Posicionamento Remuneratório do Pessoal Docente do Instituto Politécnico de Setúbal, estão, neste momento, a ser incorporadas as propostas de alteração, estando ainda prevista a realização de uma reunião com todos os docentes. Posteriormente, será elaborado o documento final, que será formalmente enviado aos sindicatos, para auscultação, com vista à conclusão e publicação do mesmo.*

##### 4.1.4. Assessment of academic staff performance and measures for its permanent updating

*After the public discussion phase of the draft Regulations and Performance Assessment Amendment Positioning of the Remuneration of Teachers, Polytechnic Institute of Setúbal, are, in this currently being incorporated into the proposed amendments, He will also hold a meeting with all teachers. Subsequently, the final document will be prepared, which will be formally sent to unions for consultation with a view to completion and publication.*

##### 4.1.5. Ligação para o Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente

[http://www.ips.pt/ips\\_si/web\\_base gera\\_pagina?p\\_pagina=25747](http://www.ips.pt/ips_si/web_base gera_pagina?p_pagina=25747)

## 4.2. Pessoal Não Docente

---

##### 4.2.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afecto à leccionação do ciclo de estudos.

*Apesar de não estar afectado exclusivamente à Licenciatura em Marketing, todos os ciclos de estudo da ESCE são apoiados pelo seguinte pessoal não docente:*

- . Centro de Documentação – 4 colaboradores;
- . Secretariado dos órgãos de gestão – 4 colaboradores;
- . Serviço de Apoio ao Estudante – 2 colaboradores;
- . Serviços de Informática – 3 colaboradores;
- . Serviços de Manutenção e Limpeza – 4 colaboradores.

*Todos os colaboradores encontram-se em regime de dedicação a 100%, exceto 1 colaborador do Secretariado dos órgãos de gestão e 1 colaborador dos Serviços de Informática, que se encontram a 50% na ESCE (e restantes 50% nos serviços centrais do IPS).*

##### 4.2.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study cycle.

*The non-academic staff allocated to ESCE study cycles is the following:*

- . Documentation Centre (Library) -4 collaborators;
- . Secretaries of Management Bodies -4 collaborators;
- . Student Support Service -2 collaborators;
- . IT Support Services -3 collaborators;
- . Maintenance and Cleaning -4 collaborators.

*All collaborators have a dedication work regime of 100%, except a Secretary of Management Bodies and a collaborator of IT Support Services, which have a dedication work regime of 50% in ESCE (and the remaining 50% in the central services of the IPS).*

##### 4.2.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à leccionação do ciclo de estudos.

*As qualificações do pessoal não docente afeto a todos os ciclos de estudo da ESCE são as seguintes:*

- ☐ Centro de Documentação – 4 colaboradores com licenciatura
- ☐ Secretariado dos órgãos de gestão – 3 colaboradores com licenciatura e 1 colaborador com o 12º ano
- ☐ Serviço de Apoio ao Estudante – 1 colaborador com Mestrado e 1 colaborador com o 12º ano
- ☐ Serviços de Informática – 2 colaboradores com licenciatura e 1 colaborador com o bacharelato
- ☐ Serviços de Manutenção e Limpeza – 2 colaboradores com a 4ª classe, 1 colaborador com o 12º ano e 1 colaborador com o 6º ano.

##### 4.2.2. Qualification of the non academic staff supporting the study cycle.

*The qualifications of the non-academic staff allocated to ESCE study cycles are as follows:*

- ☐ Documentation Centre (Library) - 4 graduated collaborators
- ☐ Secretaries of management bodies - 3 graduated collaborators and a collaborator with the 12th year (high school)
- ☐ Student Support Service - a Master collaborator and a collaborator with the 12th year (secondary education)

- ☐ *IT Support Services - 2 graduated collaborators and a Bachelor collaborator*
- ☐ *Maintenance and Cleaning - 2 collaborators with the 4th year, a collaborator with 12th year (secondary education) and a collaborator with the 6th year.*

#### 4.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal não docente.

*A avaliação de desempenho do pessoal não docente é efetuada no âmbito do SIADAP, assumindo um papel central os resultados obtidos em relação aos objetivos fixados, que devem ser medidos mediante indicadores.*

*A avaliação é anual e respeita ao desempenho de um ano civil, iniciando-se com a contratualização, entre avaliadores e avaliados, dos parâmetros de avaliação (Resultados – em função de 3 objetivos e Competências -5), durante o mês de Fevereiro, sendo a avaliação efetuada durante os meses de Janeiro e Fevereiro do ano seguinte. A avaliação visa a identificação do potencial de evolução dos trabalhadores e o diagnóstico de necessidades de formação, sendo requisito para a alteração do posicionamento remuneratório na carreira. Foram introduzidas percentagens de 25% para Desempenho Relevante e, de entre estas, 5% para reconhecimento de Desempenho Excelente.*

#### 4.2.3. Procedures for assessing the non academic staff performance.

*Performance evaluation of non-teaching staff is made under the SIADAP, assuming a central role in the results achieved against objectives set, which should be measured by indicators. The assessment is annual and it concerns with the performance over a calendar year. It starts with the contracting, between evaluators and evaluated, of the evaluation parameters (Results – from 3 objectives and 5 skills) during the month of February,*

*and the evaluation is performed during the months of January and February of the following year. The assessment aims to identify the potential of workers development and to diagnose training needs, and it is a requirement for amending the salary position in his career. Were introduced percentages of 25% relevant performance and, among these, 5% to recognition of excellent performance.*

#### 4.2.4. Cursos de formação avançada ou contínua para melhorar as qualificações do pessoal não docente.

*A formação do pessoal não docente é efetuada através da frequência de cursos de formação profissional. O diagnóstico de necessidades é realizado anualmente, associado ao processo de avaliação de desempenho. Neste processo, identificam-se as potencialidades profissionais do trabalhador, as competências merecedoras de melhoria e as necessidades de formação. No final, é realizado o Plano de Formação. Este prevê que cada trabalhador frequente 2 ações por ano, uma que abrange áreas transversais aos serviços e outra de carácter individual, abrangendo necessidades identificadas em relação ao desempenho de funções. Em 2010, existiam 192 trabalhadores dos quais 155 frequentou ações de formação, num total de 2.348 horas. Esta formação deu-se, maioritariamente, em horário laboral, em regime presencial, sendo o tipo de ações frequentadas externa (adquirida a uma entidade externa e fora das instalações do Instituto Politécnico de Setúbal).*

#### 4.2.4. Advanced or continuing training courses to improve the qualifications of the non academic staff.

*The formation of non-teaching staff is done by attending training courses. The needs assessment is conducted annually, associated with the process of performance evaluation. In this process, are identified the professional potentialities of the workers, the skills worthy of improvement and their training needs. In the end, is held the Training Plan. This provides each worker two training initiatives per year, one that covers crosssectional areas to the services and another one, at individual level, which includes requirements related to the performance of duties.*

*In 2010, in 192 workers, 155 attended in training initiatives, in a total of 2348 hours. This training took place, mostly, during working hours, presential mode, and external actions (acquired in external entities and outside the premises of the IPS).*

## 5. Estudantes e Ambientes de Ensino/Aprendizagem

### 5.1. Caracterização dos estudantes

5.1.1. Caracterização dos estudantes inscritos no ciclo de estudos, incluindo o seu género, idade, região de proveniência e origem socioeconómica (escolaridade e situação profissional dos pais).

#### 5.1.1.1. Por Género

##### 5.1.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	41
Feminino / Female	59

**5.1.1.2. Por Idade****5.1.1.2. Caracterização por idade / Characterisation by age**

<b>Idade / Age</b>	<b>%</b>
Até 20 anos / Under 20 years	8.5
20-23 anos / 20-23 years	56.5
24-27 anos / 24-27 years	21.6
28 e mais anos / 28 years and more	13.4

**5.1.1.3. Por Região de Proveniência****5.1.1.3. Caracterização por região de proveniência / Characterisation by region of origin**

<b>Região de proveniência / Region of origin</b>	<b>%</b>
Norte / North	0.3
Centro / Centre	1
Lisboa / Lisbon	94.1
Alentejo / Alentejo	2.9
Algarve / Algarve	0.7
Ilhas / Islands	1

**5.1.1.4. Por Origem Socioeconómica - Escolaridade dos pais****5.1.1.4. Caracterização por origem socioeconómica - Escolaridade dos pais / By Socio-economic origin – parents' education**

<b>Escolaridade dos pais / Parents</b>	<b>%</b>
Superior / Higher	10.4
Secundário / Secondary	26.1
Básico 3 / Basic 3	44.3
Básico 2 / Basic 2	9.6
Básico 1 / Basic 1	9.6

**5.1.1.5. Por Origem Socioeconómica - Situação profissional dos pais****5.1.1.5. Caracterização por origem socioeconómica - Situação profissional dos pais / By socio-economic origin – parents' professional situation**

<b>Situação profissional dos pais / Parents</b>	<b>%</b>
Empregados / Employed	71.7
Desempregados / Unemployed	13.4
Reformados / Retired	3.9
Outros / Others	11

**5.1.2. Número de estudantes por ano curricular****5.1.2. Número de estudantes por ano curricular / Number of students per curricular year**

<b>Ano Curricular / Curricular Year</b>	<b>Número / Number</b>
1º ano curricular	118
2º ano curricular	79
3º ano curricular	108

### 5.1.3. Procura do ciclo de estudos por parte dos potenciais estudantes nos últimos 3 anos.

#### 5.1.3. Procura do ciclo de estudos / Study cycle demand

	2009/10	2010/11	2011/12
N.º de vagas / No. of vacancies	80	83	80
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	54	117	111
N.º colocados / No. enrolled students	102	107	106
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	54	107	106
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	113	108	103
Nota média de entrada / Average entrance mark	131	131	129
	<b>534</b>	<b>653</b>	<b>635</b>

## 5.2. Ambiente de Ensino/Aprendizagem

### 5.2.1. Estruturas e medidas de apoio pedagógico e de aconselhamento sobre o percurso académico dos estudantes.

*Há em todos os cursos e no geral em todas as Unidades Curriculares grande disponibilidade dos docentes para apoio aos estudantes no horário de atendimento e para além do horário de atendimento, de forma individualizada nuns casos e quando se justifique com recurso até a aulas extra de preparação para testes e exames. Nalgumas Unidades Curriculares em que o problema do insucesso está ligado a falta de conhecimentos estruturantes tem havido inclusive a preocupação de promover mini cursos (caso do módulo básico de matemática). Há ainda um conjunto de iniciativas promovidas quer pelos Diretores de curso quer pelo próprio Serviço de Apoio ao Estudante.*

### 5.2.1. Structures and measures of pedagogic support and counseling on the students' academic path.

*There are in all courses and in general in all curricular units wide availability of teachers to support students during office hours and beyond normal working hours, individually and in some cases where appropriate using extra lessons to prepare for tests and exams. In some curricular units in which the problem of failure is linked to lack of structuring knowledge has also been a concern to promote short courses (case of basic module of math). There are also a number of initiatives promoted by either the Directors or by the ongoing monitoring of the Office of Internships.*

### 5.2.2. Medidas para promover a integração dos estudantes na comunidade académica.

*A integração dos estudantes na Comunidade Académica não está alicerçada em procedimentos formalizados com exceção das iniciativas que ocorrem no âmbito do acolhimento, logo no início do ano letivo e de algumas iniciativas quer dos Diretores de Curso quer da Associação de Estudantes.*

### 5.2.2. Measures to promote the students' integration into the academic community.

*The integration of students in the Academic Community is not founded on formalized procedures with the exception of the initiatives that occur within the host, at the beginning of the school year and some initiatives of both the Directors Course or the Student Union.*

### 5.2.3. Estruturas e medidas de aconselhamento sobre as possibilidades de financiamento e emprego.

*É possível obter aconselhamento sobre possibilidades de financiamento dos estudos através dos Serviços de Ação Social (SAS) do IPS, entidade responsável pela atribuição das bolsas de estudo, bem como através do balcão do Banco Santander localizado no Campus e com o qual o IPS estabeleceu um protocolo de cooperação com alguns benefícios no acesso ao financiamento por parte dos estudantes. Os SAS/IPS colocam ainda à disposição da comunidade estudantil um conjunto de benefícios sociais indiretos, a preços subsidiados, destinados a proporcionar melhores condições de estudo a todos os estudantes, independentemente da sua condição financeira (uma residência de estudantes, duas cantinas, um clube desportivo e a prestação de cuidados de saúde, em áreas diversas). Já no que respeita à informação sobre oportunidades de emprego, esta é disponibilizada pelo Serviço de Apoio ao Estudante o qual organiza a Feira de Emprego anual e gere as ofertas de emprego.*

### 5.2.3. Structures and measures for providing advice on financing and employment possibilities.

*It is possible to get advice on funding opportunities through the Social Services (SAS) of the IPS, which is the entity responsible for awarding the scholarships, as well as at the Banco Santander branch located on the*

*campus and with which the IPS established a cooperation protocol, with some financing access benefits for students. The SAS/IPS also make available to the student community a set of indirect social benefits, with subsidized prices, to provide better working conditions to all students, regardless of their financial condition (a student residence, two canteens, a sports club and the provision of health care in several areas). As to information about employment opportunities, it is provided by the Student Support Services, which organizes the annual Job Fair and manages job offers.*

#### **5.2.4. Utilização dos resultados de inquéritos de satisfação dos estudantes na melhoria do processo ensino/aprendizagem.**

*A fraca participação dos estudantes a nível da resposta aos inquéritos tem inviabilizado a utilização desses resultados a nível da melhoria dos processos de ensino/aprendizagem. Não obstante e devido a esta fraca participação temos procurado meios alternativos como seja "focus Group" para recolher informações sobre os incidentes críticos no funcionamento dos cursos, sendo depois estas informações objeto de análise e de recomendações, nomeadamente no âmbito do Conselho Pedagógico.*

#### **5.2.4. Use of the students' satisfaction inquiries on the improvement of the teaching/learning process.**

*The low participation of students at the survey response has made impossible the use of these results in improving the teaching / learning. Despite and because of this lack of participation we have sought alternative means such as "Focus Group" to gather information about critical incidents in the operation of the courses, and this information is then analyzed and object of recommendations, particularly in the context of the Pedagogical Council.*

#### **5.2.5. Estruturas e medidas para promover a mobilidade, incluindo o reconhecimento mútuo de créditos.**

*A promoção da mobilidade é assegurada pelo Centro para a Internacionalização e Mobilidade (CIMOB), dependente dos Serviços Centrais do IPS, o qual disponibiliza toda a informação relevante no site do IPS. Esta estrutura tem como objetivos a gestão e o aprofundamento da vertente internacional do IPS, concretizando estratégias de desenvolvimento de programas, projetos e atividades de carácter formativo de âmbito internacional (comunitário e extracomunitário), o incremento da mobilidade de estudantes, docentes e não docentes e a captação de estudantes estrangeiros. A mobilidade é regulada internamente pelos seguintes normativos: Regulamento da Mobilidade Internacional do IPS, Regulamento de Aplicação do Sistema de Créditos Curriculares, e o Regulamento do Reconhecimento Académico do Estudante em Mobilidade. O reconhecimento mútuo de créditos é assegurado pelo uso efetivo dos instrumentos da mobilidade previstos na lei, a saber: contrato de estudos e boletim de registo académico.*

#### **5.2.5. Structures and measures for promoting mobility, including the mutual recognition of credits.**

*The promotion of mobility is ensured by the Centre for Internationalisation and Mobility (CIMOB), which depends on the IPS Central Services, and provides all relevant information on IPS website. The unit is responsible for developing the international area, by managing international projects and educational activities, both in Europe or in other contexts, for increasing student and staff mobility and for attracting international students. Mobility is internally ruled by sets of regulations, such as the general regulations for the international mobility in the IPS, the regulations for the implementation of the ECTS, and the regulations for the academic recognition of mobile students. Mutual academic recognition is assured by the full use of the mobility tools, which are stated by law, namely: learning agreement and transcript of records.*

## **6. Processos**

### **6.1. Objectivos de ensino, estrutura curricular e plano de estudos**

#### **6.1.1. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, operacionalização dos objectivos e medição do seu grau de cumprimento.**

*A licenciatura em Marketing visa dotar os diplomados com um conjunto de competências que lhes permita uma boa inserção na vida activa e um desempenho adequado ao nível das actividades profissionais exigidas na área do Marketing em qualquer organização, independentemente da sua dimensão e natureza. No que se refere às áreas de inserção profissional, apresentam-se como mais relevantes as seguintes: Gestor de Marketing; Gestor de Produto; Gestor de Cliente; Gestor de Marcas; Gestor de Comunicação; Gestor Comercial; Supervisor de Vendas; e Técnico de Publicidade.*

*As áreas de inserção anteriormente descritas encontram correspondência nas competências que os alunos deverão adquirir ao longo deste curso. O perfil de competências a desenvolver nos estudantes fundamenta-se na orientação desenvolvida pelo MCTES e está de acordo com o espírito do Decreto-Lei nº 74/2006. Os licenciados do curso de Marketing deverão possuir os conhecimentos específicos na área do Marketing que lhes permitam contribuir para o desenvolvimento sustentável das Organizações em que venham a ser inseridos. Deverão também ter os conhecimentos e competências necessárias noutras áreas de gestão que lhes possibilitem uma completa integração na vida activa, potenciando o seu desempenho em Organizações empregadoras ou o desenvolvimento do seu próprio negócio. Na concepção do curso de Marketing privilegiou-se também a preparação dos estudantes de modo a terem uma visão holística das Organizações,*

*pelo que se teve em linha de conta a complementaridade das competências a adquirir do ponto de vista profissional, social e ético.*

**6.1.1. Learning outcomes to be developed by the students, their translation into the study cycle, and measurement of its degree of fulfillment.**

*The degree in Marketing aims to equip graduates with a skill set that allows them to successful entry into working life and an adequate performance level required of the professional activities in the area of marketing in any organization, regardless of their size and nature. With regard to the areas of employability, we present the following as relevant: Marketing Manager, Product Manager, Customer Manager, Brand Manager, Communications Manager, Sales Manager, Sales Supervisor, and Advertising Technician.*

*The insertion areas described above are matching the skills that students should acquired throughout this course. The profile of skills to develop in students based on the orientation MCTES developed by and is consistent with the spirit of Decree-Law No. 74/2006. Graduates of the course Marketing should have specific expertise in the area of marketing to enable them to contribute to sustainable development of organizations that will be inserted. They should also have the knowledge and skills in other areas of management that will enable them to complete integration working life, enhancing their performance in organizations employing or developing its own business. In the design of course is also prioritized Marketing to prepare students in order to have a holistic view of organizations, so it took into account the complementarity of skills to acquire the professional point of view, social and ethical.*

**6.1.2. Demonstração de que a estrutura curricular corresponde aos princípios do Processo de Bolonha.**

*A estrutura curricular corresponde aos princípios do Processo de Bolonha:*

*Modelo de formação baseado e orientado para o desenvolvimento de competências dos estudantes;*

*Adaptação das abordagens pedagógicas e científicas;*

*Diversificação dos processos de trabalho (trabalho presencial/trabalho desenvolvido autonomamente pelos estudantes);*

*Incremento de situações de aprendizagem, que visam a integração e a antecipação da realidade profissional.*

*Medidas de apoio ao sucesso escolar;*

*Medidas de apoio ao desenvolvimento de competências extracurriculares;*

*Medidas de apoio à inserção na vida ativa;*

*Internacionalização/Mobilidade.*

**6.1.2. Demonstration that the curricular structure corresponds to the principles of the Bologna process.**

*The curricular structure corresponds to the principles of the Bologna process:*

*Training model based and oriented towards the development of skills of students;*

*Adaptation of the scientific and pedagogical approaches;*

*Diversification of work processes (face-to-face work/work independently by students);*

*Increment of learning situations, aimed at integrating and bringing forward the professional reality.*

*School success support measures;*

*Measures to support the development of extracurricular competences;*

*Measures supporting integration in active life;*

*Internationalization/Mobility.*

**6.1.3. Periodicidade da revisão curricular e forma de assegurar a actualização científica e de métodos de trabalho.**

*A ESCE tem seguido dois procedimentos nesta matéria: um procedimento institucional de revisão global dos cursos, de que é exemplo a atual iniciativa do Conselho Técnico-Científico (CTC) de revisão após a análise da adequabilidade dos cursos ao mercado de trabalho, 3 anos após o Processo de Bolonha e após a saída dos primeiros diplomados pós-Bolonha e, por outro lado, iniciativas individuais das Direções de Curso face às necessidades sentidas de adequação ao mercado. Em qualquer dos procedimentos, a revisão curricular é efetuada sob responsabilidade do Diretor de Curso, sendo devidamente justificada ao CTC, que designa uma equipa com o objetivo de enquadrar a respetiva revisão curricular e apresentar propostas de reestruturação de acordo com a análise efetuada. As respetivas propostas carecem de parecer dos Conselhos Pedagógico e de Coordenação. Estes processos estão sujeitos aos procedimentos internos aprovados pelo Conselho Académico, carecendo de homologação do Presidente do IPS.*

**6.1.3. Frequency of curricular review and measures to ensure both scientific and work methodologies updating.**

*The ESCE has followed two related procedures: a procedure for comprehensive review of institutional courses, as exemplified by the current initiative of the Scientific-Technical Council (CTC) for review after examining the suitability of courses to the labor market, three years after the Bologna process and after the departure of the first graduates of post-Bologna, on the other hand, individual initiatives of Directors of Course to respond to the felt needs of the labor market. In all procedures, curriculum revision is carried out under the responsibility of the Director of Course, being duly explained to the CTC, which means a team in order to frame the relevant technical curriculum review and proposals for restructuring in accordance with the analysis performed. The respective proposals require the opinion of the Pedagogical and Coordination Councils. These processes are subject to procedures approved by the Academic Council, needing approval of the President of IPS.*

**6.1.4. Modo como o plano de estudos garante a integração dos estudantes na investigação científica.**

*A existência da Unidade Curricular (UC) de Estágio/Projeto Organizacional Aplicado (POA), no 3º ano do ciclo de estudos, garante a integração dos estudantes na investigação científica. Tendo em conta os objetivos e*



*competências a desenvolver, o POA consiste no estudo de uma realidade empírica, tendo em vista a aplicação dos conhecimentos adquiridos no ciclo de estudos na resolução de problemas concretos nas áreas do marketing, em geral, e da gestão de marketing, em particular. Para tal, o POA deve assentar numa pergunta de partida, tendo em vista delimitar o problema a estudar e contribuir para a sua compreensão/resolução. O relatório de POA inclui a discussão da problemática teórica (revisão da literatura) em que o problema se enquadra; a definição e explicitação da metodologia de investigação adotada e dos instrumentos de recolha e as técnicas de tratamento de dados; a apresentação e discussão dos resultados empíricos obtidos; e as principais conclusões.*

#### 6.1.4. Description of how the study plan ensures the integration of students in scientific research.

*The Curricular Unit (UC) Internship/Applied Organizational Project (POA), at 3rd year of study cycle, ensures the integration of students in scientific research. Taking into account the objectives and competencies to develop, the POA consists of studying an empirical reality in order to apply the knowledge acquired during the study cycle in solving specific problems at marketing areas, in general, and marketing management, in particular. To this end, the POA should be based on a question of departure in order to define the problem to study and contribute to their understanding/resolution. The POA report includes discussion of the theoretical problem (literature review) that fits the problem; definition and explanation of research methodology adopted and the techniques to collect data processing; presentation and discussion empirical results; and the main conclusions.*

## 6.2. Organização das Unidades Curriculares

---

### 6.2.1. Ficha das unidades curriculares

#### Mapa IX - Economia /Economics

##### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Economia /Economics*

##### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Luísa Margarida Cagica Carvalho; MKT- 45 h T (1º s); CF – 45T (2º s); GSI – 45T (2º S)*

##### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Raquel Ferreira Pereira*

*MKT - 15hx3 turmas = 45 h P (1º S); CFN - 15x2 turmas PL = 30h PL (2º S)*

*Rogério Manuel Rosado Marques Silveira*

*CFN - 45h T (2º S); CF - 15x3turmas= 45h P (2º S); GSI – 15x2turmas = 30h P (2º S)*

##### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Raquel Ferreira Pereira*

*MKT - 45 h P (1º S); CFN - 30h PL (2º S)*

*Rogério Manuel Rosado Marques Silveira*

*CFN - 45h T (2º S); CF - 45h P (2º S); GSI – 30h P (2º S)*

##### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- *Perceber os principais conceitos e instrumentos utilizados na análise económica e aplicá-los na resolução de problemas;*
- *Identificar os principais actores no mercado e a racionalidade subjacente à sua decisão;*
- *Medir o impacto da intervenção do governo na economia;*
- *Calcular custos, receitas, lucros e o nível óptimo de produção;*
- *Identificar os diferentes tipos de mercado e analisar o impacto em termos de eficiência e comportamento estratégico dos seus intervenientes;*
- *Compreender e interpretar os principais agregados macroeconómicos.*

##### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Understand the main concepts and tools used in economic analysis and apply them to solve problems;*
- *Identify key players in the market;*
- *Measure the impact of government intervention in the economy;*
- *Calculating costs, revenues, profits and optimal level of production;*
- *Identify the different types of markets and analyze the impact in terms of efficiency and strategic behaviour of their players and understand and interpret the main macroeconomic aggregates.*

##### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*I- Introdução*

**Conceitos Básicos**  
*Procura, Oferta e Mercado*  
*Economia Mista e Comportamento do Governo*  
*Comportamento do consumidor e o impacto das alterações do preço e do rendimento*  
**II – Conceitos micro económicos**  
*Oferta e comportamento das organizações empresariais.*  
*O Equilíbrio em Mercados de Concorrência Perfeita.*  
*O Equilíbrio em Mercados Monopolistas*  
*O Equilíbrio em Mercados de Concorrência Imperfeita*  
**III - Macroeconomia**  
*Objectivos e Instrumentos*  
*Contabilidade Nacional*  
*Crescimento versus Desenvolvimento Económico*  
*Macroeconomia em Economia Aberta*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

*I-Introduction*  
*(Demand, Supply and Market; Behavior of the Mixed Economy and Government; Consumer behaviour and the impact of price changes and income)*  
*II - Microeconomic concepts*  
*(Supply and behavior of business organizations; Perfect Competition in Markets; Monopoly markets; Imperfect Competition)*  
*III – Macroeconomics (Objectives and Instruments; National Accounts; Growth versus Economic Development; Open Economy).*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Os conteúdos programáticos pretendem abordar os temas base da macroeconomia e microeconomia fundamentais para a formação de futuros gestores.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The syllabus aims to cover the principal tools of microeconomics and macroeconomics essentials for future managers.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Propõe-se a utilização do método expositivo, procurando-se sempre construir o conhecimento com recurso aos alunos, através da participação dos alunos tanto nas aulas teóricas como práticas.*  
*Será utilizado a página web – Moodle.*

##### *Avaliação Contínua*

*A avaliação será realizada ao longo do semestre, compreendendo:*

*i) Dois testes escritos sem consulta*

##### *Exame*

*1 exame escrito sem consulta*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Using participatory and lecture methods for introduction of theoretical concepts; analysis, discussion and exercises in practical classes. Moodle webpage support student learning.*

*The assessment comprises:*

*- 2 written tests*

*Or*

*-1 written exam*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*As metodologias de ensino apelam à participação e discussão de casos, resolução de exercícios, paralelamente com a explanação dos principais conceitos económicos introdutórios.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*Teaching methodologies applies to the student's participation through discussion of cases, problem solving, and implies the explanation of main introductory economic concepts.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

• *Begg, David; Ward, Damian, (2004), Economics for business, Mc-Graw-Hill,*

*Berkshire, UK.*

- *Sanuelson P A. Nordhaus, Willian D. (2005) -Microeconomia, 18ª Edição, Lisboa, McGraw-Hill*
- *Sanuelson P A. Nordhaus, Willian D. (2005) -Macroeconomia, 18ª Edição, Lisboa, McGraw-Hill*

## **Mapa IX - Introdução ao Direito/ Introduction to Law**

### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Introdução ao Direito/ Introduction to Law*

### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*José Manuel Matos Pereira; horas semestrais: CF - 45 T + 30 P; GRH – 45T + 30P; GSI 30T + 30P*

### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Micaela de Jesus Bragadgeste Lopes curso GDL 45T + 30P, curso MKT 45T + 30P*

*Maria José Melo curso CFn 30T + 30P, curso GDL PL 30T*

*Benjamim Coelho curso GRH PL 30T+30P, curso GDL PL 15P*

### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Micaela de Jesus Bragadgeste Lopes; GDL 45T + 30P, MKT 45T + 30P*

*Maria José Melo; CFn 30T + 30P, GDL PL 30T*

*Benjamim Coelho, GRH PL 30T+30P, GDL PL 15P*

### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Conhecer os princípios jurídicos e as principais leis e ramos de direito que envolvem e condicionam as actividades empresariais, nomeadamente:*

*- Promover a compreensão do Direito como parte da vida social, indispensável na organização da sociedade;*

*- Conhecer e compreender:*

*a) os principais conceitos do Direito;*

*b) os diferentes ramos do Direito e o enquadramento legal dos factos organizacionais;*

*- Enquadrar o Direito na Gestão;*

*- Pesquisar, analisar e interpretar a legislação com impacto nas organizações.*

### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Know the main law principles and laws branches involving economic activities*

*- Promote understanding of law as part of social life, indispensable in the organization of society;*

*- Know and understand:*

*a) the main concepts of the law;*

*b) the different branches of law and the legal organization of the facts;*

*- Framing the Law on Management;*

*- Find, analyze and interpret legislation with impact on organizations.*

### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1 - O QUE É O DIREITO*

*2 - O DIREITO EM INTERACÇÃO COM A SOCIEDADE, O PODER E A ECONOMIA*

*3 – O ESTADO*

*4 – A CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA PORTUGUESA (1976) E OS DIREITOS FUNDAMENTAIS*

*5 - FONTES DO DIREITO*

*6 - ELEMENTOS DO CONCEITO DE DIREITO*

**7 - RELAÇÃO JURÍDICA****8 - RAMOS DO DIREITO****6.2.1.5. Syllabus:****1 - WHAT IS LAW****2 - INTERACTION OF LAW WITH SOCIETY, THE POWER AND ECONOMY****3 – STATE****4 - THE CONSTITUTION OF THE PORTUGUESE REPUBLIC (1976) AND FUNDAMENTAL RIGHTS****5 - SOURCES OF LAW****6 - ELEMENTS OF THE CONCEPT OF LAW****7 - LEGAL RELATIONSHIP****8 - BRANCHES OF LAW****6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Através da interpretação e compreensão da diversa legislação, os estudantes ficam a conhecer e compreender as principais leis que envolvem as organizações e a sua dinâmica, os diferentes níveis e ramos de direito envolvidos, assim como a saber pesquisar, analisar e interpretar legislação e fontes de direito aplicáveis às empresas e às organizações.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Through the interpretation and understanding of different legislation, students get to know and understand the main laws involving organizations and their dynamics, the different levels and branches of law involved, as well as learn to research, analyze and interpret legislation and sources of law applicable to companies and organizations.*

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

*Análise do manual e do direito civil e públicos.*

*Panorâmica do Direito e sensibilização para as fontes de informação jurídica mais relevantes disponíveis na internet.*

*Avaliação contínua*

*A avaliação de conhecimentos é constituída por:*

- *Realização de 1 teste escrito individual*

*Se a nota for inferior a 10 valores, o aluno terá que realizar a avaliação final.*

*Existem três épocas de avaliação final:*

*A avaliação da época normal é constituída por Exame Escrito individual.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Law manual, civil law and public law analysis.*

*Overview of the law and awareness of the most relevant sources of legal information available on the Internet.*

*Continuous assessment*

*The assessment comprises:*

- *Development of a written test individual*

*If the grade is lower than 10 points, the student must perform the final evaluation.*

*There are three seasons of final evaluation:*

*The evaluation of the normal season consists of individual Written Exam.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Com utilização do método expositivo relativamente à apresentação e discussão da diversa legislação e da ilustração de casos associados, as aulas permitem aos alunos conhecer e compreender as principais leis que envolvem as organizações.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Using the expositive method for the presentation and discussion of the different legislation and associated case illustrations, classes allow students to know and understand the main laws that involve organizations.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Código Civil, qualquer edição actualizada e não anotada, 2009*  
*Legislação a retirar de sites internet DRE, CNPD, ANACOM e outros, 2009*  
*CONSCIÊNCIA, Eurico Heitor; Breve Introdução ao Estudo do Direito, 3ª Ed., Almedina, 2008*  
*Constituição da República Portuguesa, qualquer edição actualizada e não anotada.*

**Mapa IX - Estatística/Statistics****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Estatística/Statistics*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Aníbal Manuel da Mota Areia; Horas/Hours: 30 T; 30 PL (CF; CFN; MK; GRH; GRH-PL; GDL; GDL-PL; GSI).*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*António José Cardoso de Sousa Simões - curso CF - 60 h PL; curso MK- 30 h T; 90 h PL; curso GDL-PL - 30 h T;*  
*Aníbal Júdice Guerreiro Cabanita Vieira – curso CFN – 30 h PL;*  
*Bruno Miguel Antunes Dinis - curso GRH-PL – 60 PL; curso GSI – 30 PL;*  
*Helena Alexandra Couceiro Feio de Almeida Penalva – curso GRH-PL – 30 PL;*  
*Mara Sofia Coelho de Matos – curso GDL-PL 60 PL; curso GSI – 30 PL;*  
*Maria da Graça Rodrigues Gomes da Costa – curso CFN – 30 h PL*  
*Marisa Isabel Carreira Justo Baía – curso GRH – 30 PL; curso GDL – 60 PL;*  
*Sandra Inês da Cunha Monteiro – curso GRH – 60 PL; curso GDL – 30 PL;*  
*Sandra Maria Simões de Oliveira – curso GRH – 30 PL; curso GDL – 30 PL; curso GSI – 30 PL.*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*António José Cardoso de Sousa Simões - Degree course in CF - 60 h PL; Degree course in MK- 30 h T; 90 h PL; Degree course in GDL-PL - 30 h T;*  
*Aníbal Júdice Guerreiro Cabanita Vieira – Degree course in CFN – 30 h PL;*  
*Bruno Miguel Antunes Dinis - Degree course in GRH-PL – 60 PL; Degree course in GSI – 30 PL;*  
*Helena Alexandra Couceiro Feio de Almeida Penalva – Degree course in GRH-PL – 30 PL;*  
*Mara Sofia Coelho de Matos – Degree course in GDL-PL 60 PL; Degree course in GSI – 30 PL;*  
*Maria da Graça Rodrigues Gomes da Costa – Degree course in CFN – 30 h PL*  
*Marisa Isabel Carreira Justo Baía – Degree course in GRH – 30 PL; Degree course in GDL – 60 PL;*  
*Sandra Inês da Cunha Monteiro – Degree course in GRH – 60 PL; Degree course in GDL – 30 PL;*  
*Sandra Maria Simões de Oliveira – Degree course in GRH – 30 PL; Degree course in GDL – 30 PL; Degree course in GSI – 30 PL.*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Descrever e interpretar de uma forma compreensível a informação contida num conjunto de dados numéricos;*  
*Utilizar os métodos de estatística para realizar inferência;*  
*Utilizar os conhecimentos adquiridos em aplicações de ciências empresariais.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Describe and interpret the information contained within a set of numerical data in an understandable way;*  
*Use statistical methods in order to make inference;*  
*Use the knowledge gained in applications of management sciences.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

- 1. Estatística Descritiva*
- 2. Probabilidades*
- 3. Distribuições*
- 4. Intervalos de Confiança*
- 5. Testes de Hipóteses*

**6.2.1.5. Syllabus:**

- 1. Descriptive Statistics*
- 2. Probabilities*
- 3. Distributions*
- 4. Confidence Intervals*
- 5. Tests of Hypothesis*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*A estatística descritiva permite descrever e interpretar a informação contida num conjunto de dados numéricos. Assim é fundamental utilizar os conceitos de estatística descritiva e interpretar os resultados.*

*A inferência estatística requer o conhecimento das probabilidades.*

*Os métodos de estatística para realizar a inferência são os intervalos de confiança e os testes de hipóteses. É importante saber:*

- *Utilizar as distribuições;*
- *Construir e aplicar intervalos de confiança;*
- *Aplicar os testes de hipóteses.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Descriptive statistics allows us to describe and interpret the information contained in a set of numerical data.*

*Thus it is essential to use the concepts of descriptive statistics and interpret the results.*

*Statistical inference requires knowledge of the probabilities.*

*The statistical methods in order to make inference are the confidence intervals and hypothesis testing. It is important to know how to:*

- *Use the distributions;*
- *Build and apply confidence intervals;*
- *Apply hypothesis tests.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Método expositivo com a participação activa dos alunos e resolução de exercícios.*

*A avaliação é constituída pela realização de dois testes e por um exame final.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The exposition and participation method requires the active participation of students and the answering of exercises.*

*The assessment is carried out with two tests and a final exam.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A apresentação dos conceitos teóricos é efectuada através do método expositivo com a participação activa dos alunos. Estes conceitos são ilustrados com pequenos exemplos.*

*A resolução de exercícios de modo individual ou em grupo permite ao aluno compreender a fundamentação teórica e interpretar os resultados obtidos.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The presentation of theoretical concepts is made through lectures with active participation from the students.*

*These concepts are illustrated with small examples.*

*The answering of exercises, either individually or as a group allows the student to understand the theoretical reasoning behind it and interpret the results.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Murteira, B., Ribeiro, C., Silva, J., Pimenta, C. (2010). Introdução à Estatística. Lisboa: Escolar Editora.*

*REIS, E., (2008). Estatística Descritiva. Lisboa: Edições Sílabo, 7.ª Ed..*

*REIS, E., Melo, P., Andrade, R., Calapez, T. (2007). Estatística Aplicada, vol.I. Lisboa: Edições Sílabo, 5.ª Ed..*

*REIS, E., Melo, P., Andrade, R., Calapez, T. (2005). Estatística Aplicada, vol.II. Lisboa: Edições Sílabo, 5.ª Ed..*

### **Mapa IX - Informática/Informatics**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Informática/Informatics*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Hernâni Raul Vergueiro Monteiro Cidade Mourão; Horas semestrais: GRH - 90 h PL; Erasmus – 30h PL.*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Alcina Maria Narciso Prata – curso GDL – 45 h PL;*

*António Jorge Labareda Lopes – curso CF – 45 h PL; curso GDL – 45 h PL; curso GRHPL – 45 h PL;*

*David Alexandre Mendes Silva Simões – curso CF – 90 h PL;*

*Durval Nogueira Ferreira – curso GDLPL – 45 h PL; curso GRHPL – 45 h PL; curso CFn – 45 h PL;*

*Isidro José Vitoriano Pedro – curso CF – 45 h PL; curso Mkt – 45 h PL;*

*Nuno Filipe Lopes Casas Novas – curso Mkt – 45 h PL; curso GRH – 45 h PL; curso GRHPL – 45 h PL*

*Pedro Rafael Carvalho da Fonseca – curso GDL – 45 h PL; curso GDLPL – 45 h PL; curso CFn – 45 h PL;*

*Renato Moraes – curso CF – 45 h PL; curso Mkt – 45 h PL.*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Alcina Maria Narciso Prata – GDL degree – 45 h PL;*

António Jorge Labareda Lopes – degree CF – 45 h PL; degree GDL – 45 h PL; degree GRHPL – 45 h PL;  
 David Alexandre Mendes Silva Simões – degree CF – 90 h PL;  
 Durval Nogueira Ferreira – degree GDLPL – 45 h PL; degree GRHPL – 45 h PL; degree CFn – 45 h PL;  
 Isidro José Vitoriano Pedro – degree CF – 45 h PL; degree Mkt – 45 h PL;  
 Nuno Filipe Lopes Casas Novas – degree Mkt – 45 h PL; degree GRH – 45 h PL; degree GRHPL – 45 h PL  
 Pedro Rafael Carvalho da Fonseca – degree GDL – 45 h PL; degree GDLPL – 45 h PL; degree CFn – 45 h PL;  
 Renato Moraes – degree CF – 45 h PL; degree Mkt – 45 h PL.

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Proporcionar aos alunos os conhecimentos base da estrutura e do modo de funcionamento das tecnologias de informação e de comunicação, na ótica do utilizador, de modo a participarem na seleção e implementação de soluções tecnológicas.*

*Ministrar aos alunos os conhecimentos fundamentais sobre a utilização das tecnologias de informação relacionadas com a atividade dos gestores nas organizações.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Teaching students the basic structure and operation on the information and communication technologies, on the user perspective, in a way that enables them to participate on the selection and implementation of technological based solutions.*

*Teach the essential knowledge about the information technologies and their usage on the organization management activities.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

##### 1. Word

- 1.1. Formatação de documentos utilizando estilos
- 1.2. Índice automático e índice de tabelas
- 1.3. Referências cruzadas
- 1.4. Inserção de referências bibliográficas
- 1.5. Secções
- 1.6. Cabeçalhos e rodapés
- 1.7. Inserção de Imagens
- 1.8. Colunas
- 1.9. Notas de rodapé e notas de fim de capítulo
- 1.10. Realização de lista de impressão em série

##### 2. Excel

- 2.1. Conceção de uma folha de cálculo
- 2.2. Introdução de fórmulas
- 2.3. Endereços relativos e absolutos
- 2.4. Regras para utilização de funções
- 2.5. Funções matemáticas
- 2.6. Funções estatísticas
- 2.7. Funções para datas
- 2.8. Funções lógicas
- 2.9. Funções financeiras
- 2.10. Encadeamento de funções
- 2.11. Funções de procura
- 2.12. Funções de texto
- 2.13. Utilização de agrupamentos automáticos e realização de totais e sub totais
- 2.14. Utilização de tabelas dinâmicas
- 2.15. Utilizar ferramentas de análises de dados
- 2.16. Gráficos
- 2.17. Realização de formulários

#### 6.2.1.5. Syllabus:

##### MS Word:

*Using styles to format Word documents*

*Table of contents and table of figures*

*Cross-referencing*

*Citations and bibliography*

*Using sections*

*Headers and footers*

*Inserting and formatting images*

*Using columns*

*Footnotes and endnotes*

*Mail merge*

##### MS Excel

*Design a worksheet*

*Inserting formulas*  
*Absolute and relative addresses*  
*Syntactic conventions for Excel functions*  
*Math and statistical functions*  
*Date functions*  
*Logical functions*  
*Conditional functions*  
*Financial functions*  
*Lookup functions*  
*Working with strings*  
*Grouping and ungrouping*  
*Pivot tables*  
*Data analysis*  
*Charts*  
*Using forms*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*A UC baseia-se na utilização de duas ferramentas de utilização generalizada para ilustrar a forma como as tecnologias de informação e de comunicação podem ser utilizadas pelas organizações. Os estudantes aprendem a formatar documentos utilizando as funcionalidades avançadas do MS Word o que ilustra a forma como as tecnologias podem ser utilizadas para o tratamento dos documentos internos da organização. A ferramenta MS Excel constitui uma forte ferramenta de apoio à gestão por permitir o tratamento da informação de negócio apresentando-a de forma a facilitar a tomada de decisão dos gestores. Com estas duas ferramentas os estudantes tomam um primeiro contacto sobre a utilização das tecnologias de informação e comunicação para as atividades das organizações.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The course is based on two widely disseminated technological tools to illustrate how information and communication technologies may be used by organizations. Students learn how to format documents using MS Word advanced functionalities illustrating the way technologies may be used to process internal organizational documents. The MS Excel tool consists of a powerful tool to support management because it enables business related information processing and formatting that facilitates management decision making. With these two tools, students have their first contact with the usage of information and communication technologies on the support of organizational activities.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*O ensino baseia-se no método expositivo como introdução dos estudantes na matéria em estudo seguido pelo método participativo onde os estudantes resolvem de forma autónoma exercícios de aplicação da matéria lecionada.*

*A avaliação contínua é realizada com quatro testes práticos, em que três são de resolução de um exercício de MS Excel e um de um exercício de MS Word. A avaliação final é constituída por um exame prático com uma parte de MS Excel e uma de MS Word.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The teaching method is based on lecturing, to introduce the students on the subject, followed by active learning, where students solve exercises to apply the learned subjects autonomously.*

*Continuous evaluation consists of four practical testes, where three consist of solving a MS Excel exercise and one of solving a MS Word exercise. Final evaluation consists of one practical exam with one MS Word exercise and one MS Excel exercise.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A utilização do método expositivo para ilustrar os conceitos que se pretendem ministrar permite introduzir os estudantes à matéria que se aborda na UC. De seguida, utilizam-se exercícios, que são realizados de forma autónoma pelos estudantes, e que lhes permitem, por um lado, familiarizarem-se com a matéria em estudo, e, por outro, trabalharem e amadurecerem as formas de interação com as ferramentas para assimilarem os conteúdos abordados, bem como a forma como as ferramentas informáticas suportam as atividades dos utilizadores em contextos organizacionais.*

*Uma vez que os exercícios são seleccionados de forma a ilustrarem casos que poderiam surgir de organizações, os estudantes podem realizar paralelismo com as atividades organizacionais verificando como as tecnologias da informação e da comunicação podem ser utilizadas nas atividades de gestão.*



**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Using the lecture method to illustrate the concepts that are being taught is important to introduce the students to the subjects. Then, exercises, solved autonomously by the students, enables their familiarization with the subjects, and to work and evolve on their interaction with the informatics tools to understand both the subjects under discussion and the way the tools may be used to support user on organizational contexts.*

*Once exercises are selected in such a way that illustrate real world scenarios, students may perform the parallelism with organizational activities and verify how information and communication technologies may be used on management activities.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Pires, Luísa Câmara, (2007), *Fundamental do Word 2007*, Lisboa, FCA
- Sousa, Maria José, (2007), *Fundamental do Excel 2007*, Lisboa, FCA
- Carvalhos, Adelaide (2007), *Exercícios resolvidos com Excel para Economia e Gestão, 2ª Edição*, Lisboa, FCA
- Jesus, Carla, (2003), *Exercícios de Word 2003 & XP*, Lisboa, FCA
- Apontamentos fornecidos pelos docentes.

**Mapa IX - Introdução à Gestão/Introduction to Management****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Introdução à Gestão/Introduction to Management*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Maria Teresa Gomes Valente da Costa: GRH-PL 30h T; CF 30h T, 45h P; GSI 30h T; GRH 30h T; GDL 30h T*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Henrique Manuel Pimentel Reis (MKT – 30 T; CFn – 30 T; GDL-PL – 30 T)*

*José Alberto Machado Simões (GSI – 30h P; MKT – 30h P)*

*Pedro Miguel Lopes Mares (GRH – 30 h P; GDL – 30h P)*

*Rui Carlos Alves (GDL-PL – 30h P; CFn – 30h P; GRH-PL 30h P; MKT P 15h)*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Henrique Manuel Pimentel Reis (MKT – 30 T; CFn – 30 T; GDL-PL – 30 T)*

*José Alberto Machado Simões (GSI – 30h P; MKT – 30h P)*

*Pedro Miguel Lopes Mares (GRH – 30 h P; GDL – 30h P)*

*Rui Carlos Alves (GDL-PL – 30h P; CFn – 30h P; GRH-PL 30h P; MKT P 15h)*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- ☐ Conhecer os fundamentos da gestão empresarial;
- ☐ Compreender a natureza e o funcionamento das organizações como sistemas sócio-económicos;
- ☐ Perceber as competências e os papéis do gestor;
- ☐ Compreender o meio envolvente das organizações;
- ☐ Conhecer e compreender as componentes do ciclo de gestão;
- ☐ Conhecer e saber caracterizar as diferentes áreas funcionais da gestão;
- ☐ Analisar os principais conceitos e teorias no âmbito das funções do processo de gestão;
- ☐ Conhecer os temas contemporâneos da competitividade, ética e responsabilidade social das organizações e empreendedorismo e inovação;
- ☐ Desenvolver capacidades de análise e capacidade crítica e comunicação;
- ☐ Desenvolver capacidades de organização e planeamento, autonomia e pesquisa.

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

- ☐ Understand the fundamentals of business management
- ☐ Understanding the nature and functioning of organizations as socio-economic systems;
- ☐ Understand the responsibilities and roles of the manager;
- ☐ Understand the environment of organizations;
- ☐ Know and understand the components of the management cycle;
- ☐ Know how to characterize the different functional areas of management;
- ☐ Analyze the main concepts and theories within the functions of the management process;
- ☐ Understand the contemporary themes of competitiveness, ethics and corporate social responsibility and entrepreneurship and innovation.

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1. Gestão das organizações*

*1.1 Conceitos introdutórios*

*1.2 A evolução das teorias de gestão*

*1.3 Desafios contemporâneos da gestão*

- 2. Ambiente das organizações
- 3. Planeamento
  - 3.1 Planeamento e gestão estratégica
  - 3.2 Implementação da estratégia
  - 3.3 Tomada de decisão
  - 3.4 Técnicas para planeamento e tomada de decisão
- 4. Organização
  - 4.1 Estruturas organizacionais
  - 4.2 Autoridade. Delegação. Descentralização
  - 4.3 A gestão da mudança e a inovação
- 5. Direcção
  - 5.1 Teorias de motivação
  - 5.2. Teorias de liderança
  - 5.3 Grupos e equipas
  - 5.4 Comunicação e negociação
- 6. Controlo
  - 6.1 Fundamentos do controlo
  - 6.2 O processo de controlo
  - 6.3 Tipos de control

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Managing in organizations
  - 1.1 Introductory concepts
  - 1.2 The evolution of management theories
  - 1.3 Contemporary challenges for management
- 2. The business environment
- 3. Planning
  - 3.1 Planning and strategic management
  - 3.2 Strategic implementation
  - 3.3 Decision making
  - 3.4 Techniques for planning and decision making
- 4. Organisation
  - 4.1 Structure organization
  - 4.2 Authority. Delegation. decentralization
  - 4.3 Managing change and innovation
- 5. Leading
  - 5.1 Theories of motivation
  - 5.2. Theories of leadership
  - 5.3 Groups and teams
  - 5.4 Communication and negotiation
- 6. Control
  - 6.1 Principles of control
  - 6.2 Process of control
  - 6.3 Types of control

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*O primeiro ponto do programa (capítulo 1) permite a concretização do conhecimento dos fundamentos da gestão empresarial, a compreensão da natureza e do funcionamento das organizações como sistemas sócio-económicos, a percepção relativas às competências e os papéis do gestor e a compreensão da relevância do meio envolvente no desempenho das organizações. Esta primeira abordagem, introdutória permite ainda a aquisição de conhecimentos no que concerne aos temas contemporâneos da competitividade, ética e responsabilidade social das organizações e empreendedorismo e inovação.*

*Os restantes pontos programáticos (capítulo 2, 3, 4, 5 e 6) permitem a concretização do conhecimento relativo às componentes do ciclo de gestão, às áreas funcionais da gestão, assim como aos conceitos e teorias no âmbito das funções do processo de gestão.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The first point of the program (Chapter 1) allows the knowledge of the fundamentals of business management, the understanding of the nature and functioning of organizations as socio-economic systems, the perception of competence and roles of manager and the understanding the relevance of environment in the performance of organizations. This first approach also allows the introductory knowledge acquisition in relation to contemporary issues of competitiveness, ethics and corporate social responsibility and entrepreneurship and innovation.*

*The remaining programmatic points (chapter 2, 3, 4, 5 and 6) allow the knowledge concerning the components of the management cycle, the functional areas of management, as well as the concepts and theories within the functions of the management process.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- ☐ Método expositivo-participativo na apresentação dos conceitos teóricos
- ☐ Método de resolução e discussão de casos, resolução de exercícios, trabalho em grupo.

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

- *Lecture-participatory method is used for the presentation of theoretical concepts.*
- *Resolution and discussion of cases, problem solving and team work.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias preconizadas incidem na participação activa dos alunos em qualquer dos tipos de aulas (quer teóricas, quer práticas) e actividades previstas. Através do método expositivo – participativa procura-se transmitir os conceitos teóricos no que concerne, aos fundamentos da gestão empresarial, ao funcionamento das organizações como sistemas sócio-económicos e sua relação com o meio envolvente, às competências e os papéis do gestor; ao processo de gestão e finalmente aos temas contemporâneos da gestão. Através da resolução e discussão de casos, leitura de textos, resolução de exercícios e elaboração de trabalho em grupo, os estudantes têm a oportunidade de aplicarem os conhecimentos teóricos adquiridos na componente teórica. Tenta-se analisar situações reais de organizações pertencentes a diversos sectores de actividade, sendo os alunos orientados para a procura de novas soluções e de resolução de problemas através da investigação, incentivando-se a capacidade de análise, interpretação, sentido crítico e comunicação.*

*Por outro lado, as discussões e apresentações individuais, levadas a cabo no âmbito dos trabalhos de grupo desenvolvidos na unidade curricular pretendem desenvolver não somente a capacidade de comunicação mas também as capacidades de organização e planeamento, autonomia e pesquisa.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The proposed methodologies focus on active participation of students in any of the types of classes (either theoretical or practical) and planned activities. The lecture-participatory method seeks to convey the concepts in theoretical terms, related with the basics of business management, the functioning of organizations as socio-economic systems and their relationship with the environment, skills and the roles of manager, the management process and finally the themes contemporary management.*

*By solving and discussing cases, reading text, solving problems, developing team work, students have the opportunity to apply the theoretical knowledge acquired in the theoretical component. Attempts to analyze real situations of organizations belonging to various sectors of activity, guiding students to search for new solutions and solving problems through research, encouraging the capacity of analysis, interpretation, critical reasoning and communication.*

*Moreover, discussions and individual presentations, carried out within the work group pretends to develop not only communication skills but also the organization and planning skills, autonomy and research.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Boddy, D. (2011), Management: An Introduction, 5ª Ed., Prentice Hall Edition.  
Ferreira, M.; Santos, João; Reis, N.; Marques, T, (2010), Gestão Empresarial, Lisboa:Lidel.  
Stoner, J. A. F.; FREEMAN, R. E. (1994), Administração, 5ª Ed., PHB.  
Teixeira, S. (2005), Gestão das Organizações, Lisboa: McGraw-Hill.*

**Mapa IX - Marketing / Marketing****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Marketing / Marketing*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Paulo Duarte Valente Almeida da Silveira; GRH - 30h T; Curso GDL – 30h T; Curso GDLpl T*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

- *Carlos Augusto Clamote - curso CFN – 30h T; curso GRHpl – 30h T*
- *Maria de Fátima Simões Évora Queiroz Correia – curso CF – 30h P; curso GDL – 30h P; GDLpl – 30hP*
- *Fernanda Maria de Jesus Andrade – curso CF – 30h T; Curso GDL – 30h T; curso Mkt - 60h P*
- *Graça Miranda Fernandes Penteado - curso GRH – 90h P; curso Mkt - 30h P*
- *João Paulo Sousa Crespo Laureano Baía - curso GSI – 30h T e 30h P; curso Mkt - 30h T*
- *Marta Sofia Ribeiro Valido – CFN – 60h P; curso GDLpl – 30h P*
- *Susana de Campos Brito Galvão - curso GSI – 30h P*
- *Sónia Pires - curso GRHpl – 30h P;*
- *Tânia Sabrina Soares Martins Reigadinha - curso CF – 60h P; curso GDL – 60h P*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

- *Carlos Augusto Clamote - CFN – 30h T; curso GRHpl – 30h T*
- *Maria de Fátima Simões Évora Queiroz Correia - CF – 30h P; curso GDL – 30h P; GDLpl – 30hP*
- *Fernanda Maria de Jesus Andrade – CF – 30h T; GDL – 30h T; curso Mkt - 60h P*

- Graça Miranda Fernandes Penteado - GRH – 90h P; curso Mkt - 30h P
- João Paulo Sousa Crespo Laureano Baía - GSI – 30h T e 30h P; curso Mkt - 30h T
- Marta Sofia Ribeiro Valido – CFN – 60h P; GDLpl – 30h P
- Susana de Campos Brito Galvão - GSI – 30h P
- Sónia Pires - GRHpl – 30h P;
- Tânia Sabrina Soares Martins Reigadinha - CF – 60h P; curso GDL – 60h P

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*A UC tem como objectivos:*

- compreender a área funcional de Marketing e a sua contribuição para a política global da organização;
- adquirir conhecimentos fundamentais sobre Marketing, focando os princípios e técnicas de gestão das correspondentes actividades organizacionais.

*Assim, a UC pretende contribuir para o desenvolvimento das seguintes competências:*

- Compreensão e aplicação do conceito de gestão de marketing, diferenciando-o de vendas, publicidade e imagem;
- Enquadramento das actividades de marketing de uma Organização na análise e compreensão do seu meio envolvente, com destaque para o comportamento do consumidor e análise da concorrência;
- Caracterização dos mecanismos e métodos para recolha e análise de dados relevantes para a gestão de actividades de marketing;
- Percepção da relevância e capacidade de aplicação do processo geral de segmentação de mercados;
- Identificação e caracterização das particularidades das políticas de acção de marketing/marketing-mix

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*This course main objectives are:*

- Understand the functional area of marketing and its contribution to the overall policy of the organization;
- Acquire fundamental knowledge about marketing, focusing on the principles and management techniques related organizational activities.

*Thus, the course intends to contribute to the development of the following skills:*

- Understanding and applying the concept of marketing management, differentiating it from sales, advertising and image;
- Management of marketing activities of an organization in analyzing and understanding their environment, with emphasis on consumer behavior and competition analysis;
- Characterization of the mechanisms and methods for collecting and analyzing data relevant to the management of marketing activities;
- Perception of relevance and ability to apply the general process of market segmentation;
- Identification and characterization of the specific policy action marketing / marketing mix

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Conceito de gestão de Marketing
2. Meio envolvente de Marketing
  - 2.1. Análise do microambiente de marketing
  - 2.2. Análise do macroambiente de marketing
3. Estudos de mercado e sistema de informação de Marketing
4. Análise do comportamento de compra e de consumo
  - 4.1. Factores que influenciam o comportamento do consumidor
  - 4.2. Processo de compra e consumo
  - 4.3. Particularidades do comportamento de compra organizacional
5. Processo de segmentação de mercados
  - 5.1. Divisão/Segmentação de mercados
  - 5.2. Selecção de mercados-alvo
  - 5.3. Conceito e estratégias de posicionamento
6. Variáveis de acção de Marketing – Marketing mix
  - 6.1. Gestão de produto, serviços e marcas
  - 6.2. Gestão de preços
  - 6.3. Gestão da distribuição comercial
  - 6.4. Gestão da comunicação de marketing
7. Tendências na gestão de marketing

#### 6.2.1.5. Syllabus:

1. Marketing Concept
2. Marketing Environment
  - 2.1. Analysis of the microenvironment of marketing
  - 2.2. Analysis of marketing macroenvironment
3. Market research and marketing information system
4. Analysis of buying and consumption behavior
  - 4.1. Factors influencing consumer behavior
  - 4.2. Process purchase and consumption
  - 4.3. Special features of organizational buying behavior

**5. Market segmentation process****5.1. Division / Market Segmentation****5.2. Targeting****5.3. Positioning****6. Marketing mix****6.1. Product management, services and brands****6.2. Price management****6.3. Place - management of commercial distribution****6.4. Promotion - management of marketing communications****7. Trends in marketing management****6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

- *"Compreensão e aplicação do conceito de gestão de marketing" – 1. Conceito de gestão de Marketing*
- *"Enquadramento das actividades de marketing de uma Organização na análise e compreensão do seu meio envolvente" – 2. Meio envolvente de Marketing e 4. Análise do comportamento de compra e de consumo;*
- *"Caracterização dos mecanismos e métodos para recolha e análise de dados relevantes para a gestão de actividades de marketing" – 3. Estudos de mercado e sistema de informação de Marketing*
- *"Percepção da relevância e capacidade de aplicação do processo geral de segmentação" – 5. Processo de segmentação de mercados*
- *"Identificação e caracterização das particularidades das políticas de acção de marketing/marketing-mix" – 6.1. Gestão de produto, serviços e marcas; 6.2. Gestão de preços; 6.3. Gestão da distribuição comercial; 6.4. Gestão da comunicação de marketing e 7. Tendências na gestão de marketing*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

- *"Understanding and applying the concept of marketing management" – marketing management concept*
- *"Framing the marketing activities of an organization in the analysis and understanding of their environment" surrounding 2. Marketing environment and 4. Analysis of buying and consumption behavior;*
- *"Characterization of the mechanisms and methods for collecting and analyzing data relevant to the management of marketing activities" - 3. Market research and marketing information system*
- *"Perceived relevance and ability to apply the general process of segmentation" 5. Market segmentation process*
- *"Identification and characterization of the specific policy action marketing / marketing mix" - 6.1. Product management, services and brands; 6.2. Price management, 6.3. Management of commercial distribution, 6.4. Management of marketing communications and 7. Trends in marketing management*

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

*Nas aulas teóricas utiliza-se o método expositivo pelo docente, procurando-se também incentivar a participação dos estudantes.*

*Nas aulas práticas são lançados e discutidos casos práticos, acompanhando-se também o trabalho de grupo. As aulas da UC são suportadas através da plataforma Moodle.*

**Avaliação contínua:**

*40% Relatório de Trabalho de Grupo (TG) + 40% Teste (T) + 20% Participação nas aulas (PA)*

*- para se obter aprovação cada um de esses elementos necessita de ser positivo (TG >=10, T >=10, PA >=10)*

*- a PA engloba a qualidade do trabalho realizado; comportamentos e qualidade da presença; pontualidade; assiduidade*

**Avaliação final**

*100% Exame escrito*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*In the lectures we use the lecture method for teaching, seeking to also encourage the active participation of students. Several business examples are also used in lectures.*

*Practical classes introduce and discuss case studies. During practical classes the group report is also accompanied.*

*Both lectures and practical classes are supported by Moodle.*

**Continuous assessment:**

*40% Report of the Group Work (TG) + 40% Test (T) + 20% Class participation (PA)*

*- To pass each of these elements needs to be positive (TG >= 10, T >= 10, BP >= 10)*

*- BP encompasses the quality of work performed; behaviors and quality of presence, punctuality, attendance*

**final evaluation**

*100% written exam*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A UC recorre a metodologias de ensino e aprendizagem que fomentam a relação entre docente e estudante - estimulação da participação e aulas práticas com discussão de casos. Procura-se imprimir um cariz prático à*

*UC através dos exercícios/casos realizados nas aulas práticas, através dos exemplos nas aulas teóricas e da realização de um trabalho de grupo final aplicado. Fomenta-se ainda a pesquisa/descoberta autónoma através da realização do trabalho de grupo final.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*This course uses for teaching and learning, methodologies that foster the relationship between teacher and student (ie, stimulation of participation and practical lessons with discussion of cases). An applied vision is carried out through the exercises/cases performed during the classes, examples in lectures and conducting a final practical group report. It is also encouraged the research/discovery through the creation of the autonomous group report.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J. e ARMSTRONG, G.; *Principles of Marketing*, 5th European ed, Prentice Hall, 2008
- KOTLER, P. e ARMSTRONG, G. (2006); *Principles of Marketing*, 11th ed, Prentice Hall, 2006
- LENDREVIE, Jacques; LINDON, Denis; DIONÍSIO, Pedro e RODRIGUES, Vicente; *Mercator XXI, D. Quixote*, 2004

### Mapa IX - Análise de Dados /Analysis of Statistical Data

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Análise de Dados /Analysis of Statistical Data*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Sandra Cristina Dias Nunes: GDLPL 15 T 45 PL; GDL 15 T; GRH 15 T e 45h; MKT 15 T 45 PL*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Horas de contacto semestrais:*

*Helena Alexandra Couceiro Feio de Almeida Penalva – curso GDL – 90 h PL; curso MKT – 135 h PL; curso GDLPL – 45h PL*

*Rui Manuel Teixeira Brites – curso GRH – 90h PL; curso GRHPL – 15h T e 90h PL*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Semester contact hours:*

*Helena Alexandra Couceiro Feio de Almeida Penalva – degree in Distribution and Logistics Management – 90h PL; degree in Distribution and Logistics Management – After hours – 45h PL; degree in Marketing – 135h PL*

*Rui Manuel Teixeira Brites – degree in Human Resource Management – After hours – 15h T and 90h PL ; degree in Human Resource Management – 90h PL*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Numa época de rápido desenvolvimento nas áreas computacionais, a análise de dados tem vindo a assumir um papel fundamental no domínio da modelação, previsão e interpretação de fenómenos de natureza económica, financeira, de marketing e de gestão. Pretende-se com esta unidade curricular apresentar os métodos de previsão de séries temporais, as técnicas de análise de correlação, de regressão simples e múltipla, as técnicas de análise de componentes principais e análise factorial de modo a permitir aos alunos a exploração e resolução de problemas modernos de gestão. Pretende-se que o aluno saiba interpretar, formalizar e resolver problemas relevantes em termos organizacionais com base em instrumentos e ferramentas estatísticas de análise de dados. Esta unidade curricular embora com princípios teóricos fundamentais tem no âmbito das ciências empresariais uma vertente eminentemente prática, pelo que recorreremos a softwares estatísticos (SPSS e EVIEWS) para a resolução de problemas práticos.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*At a time when the development of computer science is advancing rapidly, the analysis of statistical data has assumed a key role in the field of modeling, prediction and interpretation of phenomena in areas such as economics, finances, marketing and management.*

*In the curricular unit of Analysis of Statistical Data our aim is to present the major statistical methods used for analyzing data in social and business sciences; modeling and forecasting time series techniques; correlation analysis; simple and multiple linear regression; principal component analysis and factor analysis. All these statistical tools will allow students to interpret, formalize and solve relevant problems involving a quantitative data analysis.*

*This course will show our students that the statistical theoretical foundations are essential but our classes will be eminently practical using statistical software such as SPSS and EvIEWS to solve practical problems using, whenever possible, real data.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*Generalidades sobre estat. e introd. softwares EVIEWS/SPSS*

Testes Não Paramétricos  
 Teste Kolmogorov-Smirnov / Teste Jarque-Bera  
 Análise Correlação (Perason vs Spearman)  
 Aplicações com o EViews/SPSS  
 Regressão Linear Simples e Múltipla  
 Forma funcional e hipóteses do modelo  
 Estimação parâmetros  
 Inferência estatística  
 Multicolinearidade  
 Heteroscedasticidade  
 Autocorrelação  
 Aplicações EViews/SPSS  
 Métodos de previsão  
 Enquadramento da previsão nas organizações  
 Conceitos e objectivos da previsão de séries temporais  
 Erros de previsão  
 Método de decomposição (Aditivo e Multiplicativo)  
 Modelos de médias móveis  
 Modelos de alisamento exponencial  
 Alisamento exponencial simples  
 Alisamento exponencial duplo  
 Método de Holt  
 Método de Holt-Winters (Aditivo e Multiplicativo)  
 Ajustamento da sazonalidade (modelo aditivo e multiplicativo)  
 Modelos não lineares  
 Aplicações com o EViews  
 Métodos Factoriais  
 Análise em Componentes Principais  
 Análise Factorial  
 Aplicações com o SPSS

#### 6.2.1.5. Syllabus:

Basic statistical concepts and introduction to the software Eviews / SPSS  
 Non Parametric Tests  
 Kolmogorov-Smirnov / Jarque-Bera test  
 Correlation Analysis (Spearman vs Perason)  
 Applications with Eviews / SPSS  
 Simple and Multiple Linear Regression  
 Model definition and assumptions  
 Parameters Estimation  
 Statistical Inference  
 Multicollinearity  
 Heteroscedasticity  
 Autocorrelation  
 Applications with Eviews / SPSS  
 Prediction Methods  
 A framework for forecasting in organizations  
 Concepts and objectives of time series forecasting  
 Forecasting errors  
 Decomposition methods (Additive and Multiplicative)  
 Moving Average Models  
 Exponential smoothing models  
 Simple exponential smoothing  
 Double exponential smoothing  
 Holt's Method  
 Holt-Winters Method (additive and multiplicative)  
 Adjustment of seasonality (additive and multiplicative model)  
 Nonlinear Models  
 Applications with Eviews  
 Factorial Methods  
 Principal Component Analysis  
 Factor Analysis  
 Applications with SPSS

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

A Análise de Dados pretence à área científica de Matemática fundamental no âmbito das ciências empresariais, pois é imprescindível nesta área o conhecimento das técnicas e dos softwares que permitem trabalhar com amostras de grandes dimensões. Os conteúdos do programa desta unidade curricular estão construídos de forma a permitir a aquisição dos fundamentos teóricos necessários para as mais diversas áreas das ciências empresariais e a consequente aplicação prática dos mesmos. Inicia-se com uma breve revisão dos conceitos estatísticos básicos, munindo os alunos das ferramentas estatísticas imprescindíveis para a aprendizagem dos restantes conteúdos. Simultaneamente é feita a introdução aos softwares utilizados.

*São depois introduzidos os conceitos mais importantes em diversas áreas da estatística multivariada e da análise de previsão. A aquisição destes novos conhecimentos aliada à aprendizagem da utilização de softwares estatísticos permite aos alunos atingir os objectivos previstos.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The Analysis of Statistical Data belongs to the Mathematic scientific area, is a subject essential in social and economic sciences because it allows working with large samples. The contents of this curricular unit are built to allow the acquisition of the theoretical background needed in several areas of business and management and the consequent practical application of them. The program begins with a brief review of basic statistical concepts arming students with the basic statistical tools essential to the learning of other content. At the same time an introduction to the appropriate software is made. Then the most important concepts in several areas of multivariate statistical analysis and forecasting methods are introduced. The acquisition of new knowledge in parallel with the use of statistical software allows students to achieve the defined objectives: to formalize, to interpret and to solve real problems with real data.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*As metodologias de ensino definidas são aplicadas de acordo com o tipo de aulas (teórica ou prática laboratorial) e também consoante o tipo de objectivo.*

*Aulas Teóricas: Metodologia Expositiva / Interrogativa, fazendo-se recurso a metodologia participativa, sempre que possível;*

*Aulas Práticas Laboratoriais: Metodologia Participativa através da realização de exercícios recorrendo aos softwares estatísticos utilizados;*

*Atendimento dos Docentes: Esclarecimento de dúvidas e apoio ao estudo e à realização de trabalhos práticos dos alunos.*

*Avaliação Contínua e Final: A avaliação de conhecimentos é constituída por um Trabalho de Grupo (TG) e por um Teste Individual (T). A nota mínima exigida quer para o trabalho quer para o teste é de 10 valores. Nota Final = 50%(T) + 50%(TG)*

*Caso a Nota Final seja inferior a 10 valores, o aluno terá de realizar avaliação final.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The teaching methods applied are defined according to the type of classes (theoretical and laboratory) depending also on the type of objective.*

*Theoretical Classes: Methodology Expository / Interrogative, by making use of participatory methodology whenever possible;*

*Laboratory Classes: Participatory Methodology through exercises using appropriate software;*

*Student attendance: Clarification of doubts; support to the students study; support for carrying out students practical work.*

*Continuous and Final Evaluation: The evaluation comprises one Working Group (TG) and one Individual Test (T). The minimum score required either to the working group or to the individual test is 10 (in a scale between 0 and 20); if this value is not reached, or if the final grade, rounded to the units, is less than 10, the student must perform the final evaluation.*

*Final Grade = 0,50 □ T + 0,50 □ TG*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A escolha dos métodos utilizados é feita com base nos objetivos definidos.*

*Assim na unidade curricular de Análise de Dados as aulas teóricas, leccionadas a um número alargado de alunos em simultâneo, visam cumprir objetivos pedagógicos com predomínio cognitivo. Têm como base um método expositivo, com apelo à compreensão, recorrendo sempre ao auxílio da exemplificação prática e, sempre que possível, apelando à participação dos alunos. Este método utilizado nas aulas teóricas de convite à participação, ajuda ao esclarecimento de conceitos, ajuda à reflexão sobre os conteúdos e ajuda os alunos na estruturação e discriminação e integração de elementos cognitivos, desenvolvendo o espírito crítico e o raciocínio matemático.*

*As aulas práticas laboratoriais têm um predomínio do saber-fazer, fazendo apelo às atividades instrumentais e práticas de resolução de exercícios através da aplicação dos conceitos estudados nas aulas teóricas e recorrendo aos softwares estatísticos mais adequados aos casos em estudo. As atividades devem ser realizadas, preferencialmente, pelos alunos com o apoio tutorial do docente.*

*Neste sentido, as aulas teóricas são seguidas de aulas práticas laboratoriais sequenciais onde se aplicam os conhecimentos adquiridos nas aulas teóricas. Estes exercícios sequenciais da teoria à prática ajudam a cimentar os conhecimentos, ajudam a perceber que é fundamental o conhecimento prévio de um conjunto de conteúdos teóricos para que se consiga a aplicação prática dos mesmos.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The selection of methods to be used is based on defined objectives.*

*In the curricular unit of Analysis of Statistical Data lectures are given to a large number of students simultaneously and the educational objectives aimed predominantly a cognitive knowledge.*

*This theoretical classes are mainly based on expository methods but also supported by practical examples and, whenever possible, encouraging students participation. This method used in the theoretical classes with the invitation to participate, helps to clarify concepts, helps to reflect on the contents and help students in*



*structuring, discrimination and integration of cognitive elements, developing the critical thinking and the mathematical reasoning.*

*The laboratory classes are focused on the idea of “know-how”, supported on practical activities of solving exercises and problems through the application of concepts provided in the theoretical classes using the appropriate software. These activities should be performed mainly by the students; the teacher should only facilitate.*

*Theoretical classes are followed by sequential practical laboratorial classes with exercises in order to apply all the knowledge learned in previous theoretical classes. These sequential exercises help and reinforce the knowledge and to understand that the theoretical knowledge is essential to a good practical application of it.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Chaves, C., Maciel, E., Guimarães, P. e Ribeiro, J.C. (2000), Instrumentos Estatísticos de apoio à Economia, McGraw-Hill.*

*Gujarati, D. (2003), Basics Econometrics, 4.ª ed., McGraw-Hill, New York.*

*Makridakis, S., Wheelright, S. e Hindman, R. (1998), Forecasting: Methods and Applications, 3ª ed., John Wiley & Sons, New York.*

*Martínez, L. F. e Ferreira, A.J. (2008), Análise de dados com o SPSS—Primeiros Passos, 2ª ed., Escolar Editora.*

*Maroco, J. e Bispo, R. (2005), Estatística Aplicada às Ciências Sociais e Humanas, 2ª edição, CLIMEPSI Editores.*

*Morrison, D. J (2005), Multivariate Statistical Methods, 4ª ed., Duxbury Advanced Series, Thomson.*

*Nunes, S. (2011). Slides de apoio às aulas. Disponível em: 18 de Setembro de 2011, em:*

*<http://moodle.esce.ips.pt/course/view.php?id=116;117;118>.*

*Pestana, M. A. e Gageiro, J. N. (2008), Análise de dados para Ciências Sociais—A Complementaridade do SPSS, 5ª ed., Edições Sílabo.*

*Reis, E. (1997), Estatística Multivariada Aplicada, Edições Sílabo*

### Mapa IX - Comportamento Organizacional / Organizational Behavior

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Comportamento Organizacional / Organizational Behavior*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Lina Maria Fortes Ferreira: GDL 15h T; 30h PL; MKT 30h T; GRH 15h T; 45h PL; GRHpl 15h T*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Rui Manuel Guilhoto Loureiro (75 horas)*

*Horas semestrais: curso GDLpl - 15 h T; 60 h PL*

*Célia Maria Pereira Costa (60 horas)*

*Horas semestrais: curso GRHpl - 60 h PL*

*Joana Assis Martins Guita (45 horas)*

*Horas semestrais: curso MKT - 45 h PL*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Rui Manuel Guilhoto Loureiro (75 hours)*

*Hours per semester: Degree course in GDLpl - 15 h T; 60 h PL*

*Célia Maria Pereira Costa (60 hours)*

*Hours per semester: Degree course in GRHpl - 60 h PL*

*Joana Assis Martins Guita (45 hours)*

*Hours per semester: Degree course in MKT - 45 h PL*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Os objectivos de aprendizagem visam contribuir, por um lado, para a compreensão do comportamento dos indivíduos e dos grupos dentro das organizações e sua influência no comportamento destas e, por outro, para a identificação de estratégias de intervenção relativamente a alguns factores que explicam o comportamento individual e grupal no contexto de trabalho.*

*Para tal, espera-se que os alunos adquiram competências que lhes permitam:*

- Caracterizar as dimensões socio-psicológicas que influenciam o comportamento dos indivíduos e o seu desempenho em situação de trabalho.*
- Analisar e intervir sobre alguns factores que explicam o comportamento dos indivíduos e dos grupos no contexto de trabalho.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*The learning objectives aim to understand individuals' and groups' behavior within the organization and their influence on organizational behavior. Conversely, they also aim to identify intervention strategies related to those factors that explain individual and group behaviors at the workplace.*

*With this purpose, it is expected that students will develop competences that will enable them:*

- To describe the socio-psychological dimensions that influences individuals' behavior and their performance*

*in the workplace.*

- *Analyze and intervene on factors explaining individuals' and group behaviors at the workplace*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. *Motivação no trabalho*
2. *Atitudes face ao trabalho: satisfação no trabalho; compromisso organizacional*
3. *Stress e Bem-Estar em contexto organizacional*
4. *A relação entre o indivíduo e a organização: O contrato psicológico*
5. *Clima organizacional*
6. *Grupos de trabalho nas organizações*
7. *Liderança nas organizações*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

1. *Work motivation*
2. *Job attitudes: job satisfaction; organizational commitment*
3. *Stress and wellbeing in the work context*
4. *The relationship between the worker and the organization: The importance of the psychological contract*
5. *Organizational climate*
6. *Work teams within the Organization*
7. *Organizational leadership*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Os conteúdos programáticos centram-se em tópicos centrais do comportamento organizacional, como sejam, a motivação e as atitudes face ao trabalho, o stress e o bem-estar nas organizações, assim como, em variáveis explicativas destas consequências importantes para o bem-estar dos trabalhadores e eficácia organizacional (como sejam, o contrato psicológico, o clima organizacional, a liderança e os grupos de trabalho). Deste modo, procura-se que os alunos adquiram os conhecimentos teóricos e as competências necessárias para caracterizar as dimensões socio-psicológicas que influenciam o comportamento dos indivíduos e o seu desempenho em situação de trabalho e que lhes possibilite a identificação de estratégias de intervenção relativamente a alguns factores que explicam o comportamento individual e grupal no contexto de trabalho.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*This course focuses on core topics for organizational behavior, such as work motivation and attitudes, stress and wellbeing within the Organization, as well as those variables explaining these relevant issues for the employees' wellbeing and organizational effectiveness (such as psychological contract, organizational climate, leadership and working groups). Thus, is intended the students acquire the theoretical knowledge and skills needed to characterize the socio-psychological dimensions that influence the individuals' behaviors and performance at the workplace, enabling them to identify intervention strategies explaining individual and group behaviors at the workplace.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A metodologia de ensino recorre, nas aulas teóricas, a uma combinação do método expositivo e interrogativo, para a introdução dos conceitos teóricos. Nas aulas práticas, são utilizados métodos activos, recorrendo a simulação de situações que ilustrem as abordagens teóricas, bem como à análise e reflexão de casos práticos e de artigos científicos sobre os conteúdos programáticos abordados na unidade curricular.*

*A metodologia de ensino utilizada procura propiciar situações formativas complementares e que contribuam para que o estudante seja o agente privilegiado da sua própria formação: estudo individual alicerçado num conjunto de materiais que servirão de base à discussão em aula; e trabalho em grupo nas aulas práticas.*

*A avaliação continua consiste na realização de dois mini-testes individuais e na participação nas aulas práticas, onde se inclui a realização de quatro trabalhos em grupo. A avaliação final consiste na realização de um exame escrito, individual.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The teaching methodology on lectures is based on a combination of lecture method and questioning for the introduction of theoretical concepts. In practical sessions, active methods are used, using situation simulations that illustrate the theoretical approaches as well as the analysis and discussion of case studies and scientific papers related to contents of the Curricular Unit.*

*This teaching methodology seeks to create complementary training situations so that the student plays an active role in their own training: individual work founded on a set of materials that stimulate group discussions during classes, as well as team work.*

*The continuous performance evaluation is based on two short tests and the individuals' participation during practical sessions (four practical sessions will be conducted). The final qualification is based on a written exam.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino adoptadas decorrem dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular, que, por um lado apelam ao domínio do saber, no que diz respeito à compreensão do comportamento humano nas organizações, e, por outro lado apelam aos objectivos e competências ao nível do saber fazer e do saber estar. Nas aulas teóricas, através da combinação do método expositivo e interrogativo, procura-se desenvolver nos alunos sobretudo o domínio conceptual e a problematização das múltiplas dimensões do comportamento organizacional (saber). O fomento da leitura prévia às aulas teóricas de um conjunto de textos-base, pretende dotar os alunos de maior capacidade de reflexão crítica sobre as temáticas abordadas na unidade curricular. Nas aulas práticas, através da utilização de metodologias de ensino activas, pretende-se privilegiar a operacionalização dos conceitos, a análise e resolução de casos práticos, a par do desenvolvimento de competências de trabalho em equipa e de comunicação eficaz (oral e escrita). A articulação destes dois tipos de aulas, alicerçados em metodologias de ensino diferentes, mas complementares, permitem alcançar os objectivos e as competências ao nível do saber, saber estar e saber fazer acima descritas.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*These teaching methodologies draw from the learning objectives of the course, which call for knowledge regarding the understanding of human behavior in organizations, but also entail objectives and skills regarding knowhow and savoir faire.*

*In the classroom, through a combination of lecture and Q&A methods, one seeks mainly the development of the students' conceptual domain and the aptitude to elaborate on the multiple dimensions of organizational behavior (knowledge). By incentivize reading prior to lectures of a set of background texts, one aims to provide students with greater capacity for critical reflection on the themes addressed in the course.*

*In practical classes, through the use of active teaching methods, we intend to focus on the operationalization of concepts, analysis and resolution of practical cases, together with the development of skills of teamwork and effective communication (both oral and written).*

*By linking these two types of classes built on diverse but complementary teaching methodologies, one achieves the above mentioned desired objectives and skills regarding knowledge, knowhow and savoir faire.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Chambel, M.J. e Curral, L. (2008). *Psicologia Organizacional. Da Estrutura à Cultura*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Chmiel, N. (2008). *An Introduction to Work and Organizational Psychology: A European Perspective*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Cunha, M.P., Rego, A. Cunha R.C. e Cabral Cardoso, C. (2006). *Manual de Comportamento Organizacional e Gestão*, Lisboa, Editora RH.
- Ferreira J.M.C., Neves J. e Caetano A. (2001). *Manual de Psicossociologia das Organizações*, Lisboa, McGraw-Hill.
- Gomes, D. (2011). *Psicologia das Organizações, do Trabalho e dos Recursos Humanos*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.

### **Mapa IX - Multimédia/Multimedia**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Multimédia/Multimedia*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Alcina Maria Narciso Prata; Horas semestrais: curso de MKT – 135h PL*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Pedro Rafael Carvalho da Fonseca  
Horas semestrais: curso de MKT – 45h PL*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Pedro Rafael Carvalho da Fonseca  
Semester hours: MKT degree – 45h PL*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- *Perceber a importância dos Sistemas Multimédia na vida Organizacional em geral e, como ferramenta de Marketing em particular;*
- *Conhecer e utilizar os diferentes componentes Multimédia;*
- *Seleccionar e/ou implementar a solução Multimédia mais adequada a cada caso;*

- Participar na implementação de projectos Multimédia Online e Offline;
- Saber utilizar ferramentas Multimédia, nomeadamente, um editor de imagem, um editor de som e um programa de autoria;
- Conhecer e utilizar os serviços de comunicação de Dados.

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- Understand the importance of Multimedia Systems in general, and as a Marketing tool in particular;
- Know and use the different Multimedia components;
- Identify and/or implement the Multimedia solution most suited to each particular case;
- Participate in the implementation of Online and Offline Multimedia projects;
- Know how to use Multimedia tools, namely, an image editor, a sound editor, and a authoring program;
- Know and use data communication services.

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*Questões teóricas fundamentais sobre Multimédia*

- Etimologia, definição e características dos Sistemas Multimédia
- Tipos de meios Multimédia (Propriedades, formatos, regras de utilização, editores)
- Conceitos Relacionados
- Vantagens/Dificuldades da Utilização de Sistemas Multimédia
- Ferramentas Multimédia (Software)
- Hardware Multimédia

*Conceitos básicos sobre Internet*

- Definições
- Terminologia básica
- Tipos de serviços
- Novas tendências

*Planeamento e Desenvolvimento de aplicações Multimédia interactivas online e offline*

- Conceptualização de Sites Web e CD-ROM/DVDs
- \* Definição de objectivos
- \* Planeamento, Organização e Gestão
- \* Design Gráfico (regras e guidelines específicas a cada caso)
- Desenvolvimento de aplicações multimédia para a Web e para CD-ROM/DVD (através do Flash)

#### 6.2.1.5. Syllabus:

*Main Theoretical questions about Multimedia*

- Origin, definition and Multimedia systems characteristics
- Types of Multimedia components (Properties, formats, guidelines, editors)
- Related concepts
- Advantages/Difficulties of using Multimedia systems
- Multimedia tools (Software)
- Multimedia Hardware

*Basic Concepts about Internet*

- Definitions
- Common buzzwords
- Types of services
- New trends

*Planning and Development of Interactive Multimedia online and offline Applications*

- Conceptualization of websites and CD-ROM/DVDs
- \* Goals definition
- \* Plan, organize and manage
- \* Graphical design (rules and guidelines specific to each case)
- Development of multimedia applications to the Web and to CD-ROM/DVD (through Flash)

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Considera-se que o conteúdo programático apresentado é a forma mais eficaz e eficiente de conseguir cumprir os objectivos da unidade curricular. O aluno começa por perceber o que é a multimédia, quais as vantagens/dificuldades da sua utilização, quais os componentes multimédia que tem ao seu dispor (perceber as suas características e como pode e deve usá-los tirando o máximo partido de cada um em determinado contexto) e restantes conceitos básicos.

São-lhe apresentados vários casos práticos específicos e diversificados para que o aluno possa, à luz dos conceitos teóricos aprendidos, avaliar esses casos e fazer sugestões de melhoria. Assim sendo desenvolve a capacidade de avaliar qual a solução Multimédia mais adequada a cada caso.

De seguida o aluno aprende as especificidades de planear e desenvolver (através da utilização de software específico) sistemas multimédia online e offline através da resolução de vários casos específicos (aplicações Multimédia) em aula.

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*We believe that the presented syllabus is the more efficient way to achieve the curricular unit objectives. The student starts by understand what Multimedia means and implies, the advantages/difficulties of its use, which Multimedia components may be used (understand their characteristics and how they should be used in order to take the best advantage on each one in specific contexts) and the remain theoretical basic concepts. The student is presented with several specific practical cases so that he may be able to evaluate them and suggest improvements (this is possible taking into account the theoretical concepts previously presented). Thus, the student develops the capacity to evaluate which Multimedia solution it is more suited to each particular case.*

*Next, the student learns the specificities of planning and develop (through the use of specific software) online and offline Multimedia systems through the resolution of specific cases (Multimedia applications) in class.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Relativamente aos conceitos teóricos, é utilizada uma metodologia expositiva com analogias para apresentação dos vários conceitos, seguida de uma metodologia participativa no que se refere à discussão dos exemplos apresentados;*

*Relativamente à componente prática a metodologia é essencialmente activa e participativa com recurso à resolução de problemas, análise de casos reais e proposta/desenvolvimento de novas soluções/aplicações; A avaliação de conhecimentos é efectuada por avaliação contínua ou exame da seguinte forma:*

*a) Contínua*

*• Componente prática (70%): planeamento e elaboração aplicação multimédia em grupo (TP) e discussão individual (DITP). TP e DITP nota mínima 10 valores.*

*• Componente teórica (30%): realização de um Teste Teórico individual. A nota mínima é de 10 valores; Nota Final = 0,70 Trabalho ((TP+DITP)/2) + 0,30 Teste Teórico*

*b) Exame: Exame teórico-Prático em que a parte teórica vale 30% e a prática vale 70% (nota mínima de 3 na teórica e 7 na prática).*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*As to theoretical concepts, a expositive methodology based on analogies is used in order to present those concepts and followed by a participative methodology in what relates to the discussion of the presented examples;*

*As to the practical component (part) the methodology is essentially active and participative through the resolution of specific problems, real case analysis and proposal/development of new solutions/applications; The evaluation may occur through continuous evaluation or exam:*

*• Continuous: Practical part (70%)-plan and develop a multimedia application in group (TP) and individual discussion (DITP). Both TP and DITP at least, 10 points. Theoretical part (30%)-individual theoretical test, which grade must be, at least, 10 points;*

*Final grade=0,70 Practical part ((TP+DITP)/2)+0,30 Theoretical test*

*Exam: Theoretical-practical exam where the theoretical part values 30% and the practical part 70% (Minimal grade: 3 points on the theoretical and 7 on the practical).*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Acreditamos que as metodologias de ensino propostas, ajustada com base na experiência que vai sendo adquirida, são as que vão de encontro, de forma mais eficaz, aos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.*

*No que respeita aos conceitos teóricos, a utilização de uma metodologia expositiva é essencial sendo que a analogia que vai sendo feita em simultâneo e a interacção com os alunos facilita, em muito, a percepção desses conceitos. Posteriormente, a metodologia participativa que envolve a discussão que é feita com os alunos sobre casos reais, e à luz dos conceitos teóricos apresentados, permite que os alunos não só apreendam melhor os conceitos, como desenvolve a sua capacidade de os avaliar e aplicar na prática, desenvolvendo assim a sua capacidade crítica e até criatividade. Esta etapa permite aos alunos perceberem a importância dos sistemas multimédia, conhecer os diferentes componentes multimédia e começar a ter uma primeira noção de qual possa ser a solução Multimédia mais adequada a cada caso.*

*No que respeita à componente prática a metodologia activa e participativa com recurso à resolução de problemas, análise de casos reais e proposta/desenvolvimento de novas soluções/aplicações é a forma mais directa de os alunos desenvolverem as suas capacidades práticas. Após esta fase os alunos já são capazes de utilizar os diferentes componentes Multimédia tirando o máximo partido de cada um, implementar a solução Multimédia mais adequada a cada caso, participar activamente na implementação de projectos Multimédia Online e Offline e sabem utilizar ferramentas Multimédia, nomeadamente, um editor de imagem, um editor de som e um programa de autoria.*

*O método de avaliação utilizado, também se tem afigurado o mais apropriado na medida em que têm-se obtido bons resultados. É dado mais relevo à componente do saber fazer, daí que a parte prática tenha um peso de 70% e a teórica 30%. Não obstante, importa realçar que, ao efectuar o trabalho, o aluno tem de dominar os conceitos teóricos, caso contrário faria más escolhas tanto em termos de planeamento como implementação do seu sistema multimédia. Considerou-se que o trabalho ser em grupo seria mais vantajoso por fomentar a discussão e troca de saber entre os vários elementos do grupo. No entanto, para uma avaliação de conhecimentos mais fidedigna optou-se pela discussão individual do mesmo.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*We believe that the proposed teaching methodologies, adjusted based on the acquired experience, are the most efficient in order to achieve the curricular unit learning outcomes.*

*In what concerns to theoretical concepts, the use of an expositive methodology is essential. However the analogy that is simultaneously conducted and the interaction with the students real facilitates the perception of those concepts. Later on, the participative methodology which involves the discussion with the students about real cases, and based on the theoretical concepts presented, allows students not only to learn better those concepts but also develops their capacity to evaluate them and apply them in practical terms, thus developing their critical capacity and also creativity. This step allows students to understand the importance of multimedia systems, know the different multimedia components and start to have a notion about which may be the multimedia solution most suited to each particular case.*

*In what respects to the practical component the active and participative methodology through the resolution of specific problems, real case analysis and proposal/development of new solutions/applications is the more direct way to develop the students practical capabilities. After this phase students are already capable to use the different multimedia components taking advantage on each one advantages, implement the Multimedia solution most suited to each particular case, actively participate in the implementation of Online and Offline Multimedia projects and know how to use Multimedia tools, namely, an image editor, a sound editor, and a authoring program.*

*The evaluation method used, also has been the most suited considering that goods results were achieved. More relevance is given to the 'know how to do', thus the practical component of the evaluation worth 70% whole the theoretical component worth 30%. However, it is important to remember that, while creating the practical component, the student will need to know the theoretical concepts, otherwise he will take bad decisions not only in terms of planning but also in terms of its multimedia system implementation. It was considered that developing the practical project in group would be more advantageous by fomenting the discussion and the change of knowledge between all the group elements. However, to obtain a more reliableevaluation of each student knowledge it was decided that the discussion of the practical project would be individual.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Adobe Creative Team, (2007). *Adobe Flash CS3 Professional - Classroom in a book - Guia oficial de treinamento*, Bookman.
- Ferreira, P., (2008). *Flash CS3 - Curso Completo*, FCA.
- Lynch, P., Horton, S., (2009). *Web Style Guide 3rd Edition*. (a edição 2 está disponível gratuitamente em <http://webstyleguide.com/>).
- Oliveira, H., (2008). *Flash CS3 Depressa & Bem*, FCA.
- Ribeiro, N., (2007). *Multimédia e Tecnologias Interactivas – 2ª Edição Actualizada*, FCA.
- Aparentamentos fornecidos pelas docentes.

**Mapa IX - Política do Produto/Product Management****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Política do Produto/Product Management*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Graziela Maria Morais Vieira da Silva*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil - 30 h - T*

*Sónia Cristina Baião Pires Nascimento - 30 h - P*

*Maria de Fátima Évora – 60 h - P*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil - 30 h - T*

*Sónia Cristina Baião Pires Nascimento - 30 h - P*

*Maria de Fátima Évora – 60 h - P*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Nesta unidade curricular pretende-se enquadrar o produto/serviço na gestão de Marketing da organização e aprofundar os conhecimentos acerca desta variável do Marketing-mix. Neste enquadramento, será salientada a natureza e a importância da política de produto e serviços realçando as suas várias dimensões.*

*Em síntese, o aluno deverá ficar apto a:*

- ☐ *Compreender a importância da gestão da gama de produtos e das marcas;*
- ☐ *Compreender a relação mercado/produto;*

- ☐ Identificar as fases do ciclo de vida do produto e compreender a importância das estratégias de gestão do produto em cada fase;
- ☐ Compreender a importância da inovação e o processo de lançamento de novos produtos.

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*We intend that students can improve knowledge about marketing mix variables in particular Product Management. Then on successful completion student will be able to:*

- *understand the importance of products and brands management;*
- *understand the relation product / market;*
- *identify the different stages of the product life cycle and to understand the importance of strategies at each stage;*
- *understand the importance of innovation and the process of launching new products.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Conceito de Produto*
  - 1.1. *Definição e classificação de produto*
  - 1.2. *Evolução do conceito de produto*
  - 1.3. *Componentes e atributos do produto*
2. *Métricas associadas à gestão de produtos*
  - 2.1 *Principais conceitos*
  - 2.2 *Métricas para o controlo operacional e para a tomada de decisão*
3. *Análise do mercado (sector e concorrência)*
  - 3.1. *A categoria de produtos, a concorrência e os consumidores*
  - 3.3. *O potencial de mercado e a previsão de vendas*
4. *Estratégias e gestão da carteira de produtos*
  - 4.1. *Componentes da Política de produto*
    - 4.1. *A política de produto, segmentação e posicionamento*
    - 4.2. *A Gestão de marcas*
    - 4.3. *A política de produto e o ciclo de vida*
  - 4.6. *Fases de desenvolvimento de novos produtos*
5. *Gestores de produto: Perfil e funções*
  - 5.1. *O perfil, funções e enquadramento funcional da gestão de produtos*
  - 5.2. *A gestão de categorias*
  - 5.3. *A Inovação e os desafios à gestão de produtos*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1 – *Product Concept*
  - 1.1 –*Product conceptualization and classification*
  - 1.2 – *The evolution of the product concept*
  - 1.3 –*Product components and attributes*
- 2 – *Metrics used in Product management*
  - 2.1 – *Metrics for operational control and decision - making*
- 3 – *Analyses of markets ( industry and competition)*
  - 3.1 – *Product categories, competition and consumers*
  - 3.2 – *The potential of markets and sales forecasting*
- 4 – *Strategies and the product portfolio*
  - 4.1 - *Product components*
  - 4.2 – *Brand management*
  - 4.3 – *Product policies and the product life cycle*
  - 4.4 – *Phases in developing new products*
- 5 – *Product managers – profile and functions*
  - 5.1 – *Profile, functions and functional context of product management*
  - 5.2 – *The management of product categories*
  - 5.3 – *Innovation and challenges to product management*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*A unidade curricular de Política de Produto, incluída no primeiro ano da licenciatura em Marketing, pretende que os alunos contextualizem as principais problemáticas associadas à gestão de produtos, de forma coerente com os objectivos e estratégias da organização. Esta actuação deverá ser desenvolvida em paralelo com o sistemático acompanhamento da evolução do mercado, designadamente dos concorrentes e consumidores.*

*O enquadramento da temática da política do produto e a necessidade de monitorizar o mercado e o próprio desempenho das marcas, incluindo a utilização de métricas de marketing são as primeiras componentes desta unidade. Posteriormente serão aprofundados outros temas relevantes como a gestão de marcas, inovação e gestão de produtos nas diferentes fases do ciclo de vida dos mercados e dos produtos.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Product Management is a curricular unit of the first degree in Marketing and its aim is that students understand the main product problems and objectives management in a organizational context. This situation should be developed in time with the market evolution of competitors and consumers.*

*The main components of this curricular unit are the product politics, future monitoring markets and designing brands including marketing metrics. Subjects such as brand management, innovation and product management in various stages of product and market life cycle are important matters to continue the students development.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Aulas teóricas: método expositivo e participativo com utilização de meios audiovisuais;*

*Aulas práticas: análise e elaboração de casos e exercícios práticos, apresentações e discussões, realizadas individualmente e em grupo.*

*A avaliação de conhecimentos pode ser feita através do sistema de avaliação contínua ou final.*

*A avaliação contínua inclui:*

- *Elaboração apresentação e discussão de um Trabalho de grupo (TG) – 40%*
- *Realização de Trabalho Individual (TI) – 20%*
- *Participação nas Aulas (P) – 20%*
- *Teste de avaliação sem consulta (T) – 20%*

*A avaliação final é exclusivamente composta por um exame*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Theoretical classes – oral presentation with technological support;*

*Practices in class: analyse of case studies, presentation and discussion with participation of students in individual or group;*

*The continuous assessment includes:*

- *Presentation and discussion of a group report (TG) – 40%*
- *Individual report (TI) – 20%*
- *Student Participation in class (P) – 20%*
- *Individual Test (T) – 20%*

*The final evaluation is by examination.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Para que se possam atingir os objectivos enunciados para a Unidade Curricular são ministradas aulas teóricas e aulas práticas, em paralelo com o desenvolvimento de trabalhos individuais e em grupo realizados pelos alunos.*

*A participação dos alunos nas actividades lectivas, implica a consulta das referências bibliográficas indicadas e o desenvolvimento de trabalhos aplicados, que serão apresentados e debatidos no âmbito das aulas desta unidade curricular. É frequente convidar-se personalidades externas para participarem nas nossas aulas, de forma a partilharem as suas experiências práticas no desenvolvimento e gestão de produtos / marcas.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Theoretical and practical classes simultaneously with tasks that students have to complete in individual or group are used to achieve the goals of the curricular unit.*

*To participate in class activities students have to research of scientific references and application of knowledge gleaned supports the above learning outcomes (6.2.1.4).*

*Guest managers are frequently invited to share their experiences about successful process in developing products and brands.*



**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

Aaker, D. (1996) *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.  
 Baker, M., Hart, S. (1999). *Product Strategy and Management*, Prentice Hall  
 Crawford, C., (2003), *New Products Management*, Mc Graw Hill  
 Lehman, D.R. E Winer, R.S (2005) *Product Management*, Mc Graw Hill  
 Kapferrer, J.N. (2008). *The New Strategic Brand Management. Creating and sustaining brand equity long term*, 4th ed. London: Kogan Page.  
 Kotler, P., Keller, K., (2009), *Marketing Management*, 13ª ed., Pearson  
 Ruão, T., *Marcas e Identidades* (2007). Campo das Letras.

**Mapa IX - Política de Comunicação / Policy of Communication****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Política de Comunicação / Policy of Communication*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Paulo Sérgio Ribeiro de Araújo Bogas; T = 30h; PL = 90h*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Não aplicável.*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Not applicable.*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- *Conhecer e compreender o composto de comunicação de Marketing e a sua importância na estratégia de Marketing da empresa;*
- *Conhecer e compreender as principais ferramentas de comunicação e os seus objetivos;*
- *Compreender o conceito de Comunicação Integrada de Marketing (IMC);*
- *Construir um plano inserido numa estratégia global de comunicação.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

- *To know and understand the communication mix of marketing and its importance in the marketing strategy of the company;*
- *To know and understand the main communication tools and their goals;*
- *Understand the concept of Integrated Marketing Communications (IMC);*
- *Build a plan set in a global communication strategy.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:****1. A Comunicação no Mix de Marketing**

- *Processo de comunicação*
- *Funções, alvos e objectivos da Comunicação*

**2. O Mix de Comunicação de Marketing**

- *Publicidade*
- *Conceitos fundamentais*
- *Objectivos e alvos da Publicidade*
- *A Publicidade e os mass media*
- *Relações Públicas*
- *Conceitos fundamentais*
- *Objectivos e Públicos das Relações Públicas*
- *Actividades das Relações Públicas*
- *Promoção de Vendas*
- *Conceitos fundamentais*
- *Objectivos e alvos da Promoção de Vendas*
- *Principais técnicas de Promoção de Vendas*
- *Merchandising*
- *Conceitos fundamentais*
- *Objectivos, Estratégias e técnicas de Merchandising*
- *Marketing Directo*
- *Conceitos fundamentais*
- *Objectivos e alvos*
- *Estratégias e técnicas*
- *Venda Pessoal*
- *Definições e conceitos fundamentais*

**3. Planeamento da Comunicação Integrada de Marketing**

- O conceito de Comunicação Integrada de Marketing (CIM)
- Estratégias de Comunicação de Marketing
- O Plano de Comunicação

#### 6.2.1.5. Syllabus:

1. *Communication in the Marketing Mix*
  - Communication Process
  - Functions, aims and objectives of Marketing Communications
2. *The Marketing Communication Mix*
  - Advertising
    - Fundamental concepts
    - Objectives and targets of Advertising
    - The Advertising and the media
  - Public Relations
    - Fundamental concepts
    - Objectives of Public Relations
    - Activities of Public Relations
  - Sales Promotion
    - Basic concepts
    - Objectives and targets of Sales Promotion
    - Major techniques of Sales Promotion
  - Merchandising
    - Fundamental concepts
    - Objectives, Strategies and techniques
  - Direct Marketing
    - Basic concepts
    - Objectives and targets
    - Strategies and techniques
  - Personal Selling
    - Definitions and concepts
3. *Planning for Integrated Marketing Communication*
  - The concept of Integrated Marketing Communications (CIM)
  - Marketing Communication Strategies
  - The Communications Plan

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Há uma direta correspondência entre os objetivos da unidade curricular e o seu plano tal como se indica pela correspondência entre as duas variáveis:*

- Conhecer e compreender o composto de comunicação de Marketing e a sua importância na estratégia de Marketing da empresa (tópico 1 do programa);
- Conhecer e compreender as principais ferramentas de comunicação e os seus objetivos (tópico 2 do programa);
- Compreender o conceito de Comunicação Integrada de Marketing (IMC) – tópico 3 do programa;
- Construir um plano inserido numa estratégia global de comunicação (tópico 3 do programa).

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*There is a direct correspondence between the objectives of the course and its plan as indicated by the correspondence between the two variables:*

- Know and understand the communication mix of marketing and its importance in the marketing strategy of the company (topic 1 of the programme);
- Know and understand the main communication tools and their goals (second topic of the programme);
- Understand the concept of Integrated Marketing Communications (IMC) - Topic 3 of the programme;
- Build a plan set in a global communication strategy (point 3 of the program).

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Aulas teóricas: Utilização de método expositivo/participativo para introdução dos conceitos teóricos.*

*Aulas práticas: Utilização de método participativo com análise, resolução, apresentação e discussão de casos.*

*Avaliação contínua:*

*A avaliação de conhecimentos é constituída por 3 elementos:*

*Teste escrito individual | Ponderação 35%*

*Trabalho de Grupo com Apresentação e Discussão | Ponderação 35%*

*Trabalho de Aula | Ponderação 30%*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Lectures: The use of lecture / participatory method for introduction to theoretical concepts.*

*Practical classes: Using participatory approach to analyses, resolution, presentation and discussion cases.*

*Continuous assessment - The assessment consists of three elements:*

*Individual written test - 35%*

*Work Group Presentation and Discussion - 35%*

*Class Work - 30%*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*De modo a assegurar o cumprimento dos objetivos de aprendizagem as metodologias de ensino compreendem:*

*- metodologias de exposição teórica dos conceitos na qual se estimula a reflexão e discussão por parte dos alunos de modo a melhor compreensão dos conceitos;*

*- A resolução de case-studies que permitam a aplicação dos conceitos a situações reais para a resolução de problemas;*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*In order to ensure compliance with the goals of learning and teaching methodologies we explore:*

*- Explanation of the theoretical concepts in which we stimulate reflection and discussion by the students to better understand the concepts;*

*- The resolution of case studies allows the application of concepts to real situations to solve problems;*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

• Lendrevie, J.; Lindon, D., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2004) ;Mercator XXI, D Quixote.

• Castro, J. P. (2007); Comunicação de Marketing, 2ª ed, Sílabo.

• De Pelsmacker, P., Geuens, M. & Van den Bergh, J. (2006) ;Marketing Communications, a European Perspective, 3ª ed, Prentice Hall.

• Blythe, J. (2006);Essentials of Marketing Communication, 3ª ed, Prentice Hall.

**Mapa IX - Política de Preço / Pricing Policy****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Política de Preço / Pricing Policy*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Carlos Augusto Clamote; horas semestrais: Curso Marketing - 30 h T*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Graziela Vieira da Silva*

*Horas semestrais: Curso Marketing - 30 h PL*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Graziela Vieira da Silva*

*Semester hours: Marketing Course - 30 h PL*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*A compreensão da variável preço como elemento competitivo*

*A aprendizagem dos processos de formação dos preços e os seus factores determinantes*

*O conhecimento das diversas políticas de preço*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*To understand pricing as a competitive element of the corporate strategy*

*To learn the process of pricing setting and its determinants*

*To know the different pricing strategies and policies*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*Introdução*

A evolução do Marketing e a sua relação com o preço  
 Os componentes do preço  
 Preço base, cond. pagamento e desconto  
 Variáveis de comportamento do preço  
 A formação de preços  
 Formas determinação de preços  
 Estratégias preço/ciclo vida do produto  
 O preço ótimo  
 Preço e segmentação, canais de distribuição, qualidade  
 A segmentação dos mercados  
 Estratégias preço, métodos segmentação  
 Os diferentes níveis preço / estádios distribuição  
 A relação estratégia preço / qualidade  
 Factores determinantes na formação de preços  
 tipo de mercado  
 gama de produto  
 política de marca  
 embalagem  
 merchandising  
 clientes  
 concorrentes  
 Políticas de preço  
 A matriz preço / qualidade  
 A desnatação do mercado  
 A penetração no mercado  
 A discriminação de preços  
 O dumping  
 O preço na internet  
 A tendência para preços competitivos  
 Oportunidades na fixação dos preços  
 Modelos inovadores de preços  
 Implicações legais

#### 6.2.1.5. Syllabus:

Introduction  
 The evolution of marketing and its relationship to price  
 Price components  
 Base pricing, payment terms and discounts  
 Price behaviour variables  
 Price-setting process  
 Pricing methods and techniques  
 Pricing strategies/product life cycle  
 The optimal price  
 Price and segmentation, distribution channels, quality  
 Market segmentation  
 Pricing strategies/segmentation methods  
 The different levels of pricing/distribution stages  
 The relationship pricing strategy/quality  
 Pricing Determinants  
 Market type  
 Product range  
 Brand policy  
 Packaging  
 Merchandising  
 Customers  
 Competitors  
 Pricing policies  
 Price/quality matrix  
 Skimming pricing  
 Penetrating pricing  
 Price discrimination  
 Dumping  
 Internet pricing  
 Trend for competitive prices  
 Pricing opportunities  
 Innovative pricing  
 Legal implications

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

O conteúdo programático da unidade curricular tem coerência com os conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes, relacionados com os objectivos da compreensão da variável preço como elemento competitivo, da aprendizagem dos processos de formação dos preços e os seus

*factores determinantes, e do conhecimento das diversas políticas de preço, na medida em que os tópicos constantes do programa e as metodologias de ensino previstas permitem atingir tal desiderato, designadamente, nos aspectos e tópicos relacionados com a identificação dos componentes do preço, processo da formação de preços, factores determinantes para a formação dos preços, e estratégias e políticas de preço:*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The syllabus of the course is consistent with the objectives of knowledge, skills and competencies to be developed by students related to the objectives of (i) understanding pricing as a competitive element of the corporate strategy, (ii) learning the process of price setting and its determinants, and (iii) to know the pricing policies and strategies. This coherence is demonstrated by the topics and themes that integrate this curricular unit, namely, the identification of the components of the price, price-setting process; price and segmentation, distribution channels, quality; determinants of pricing; pricing policies; and internet pricing*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

##### **1. METODOLOGIA DE ENSINO**

*Método expositivo, ilustrando com casos (aulas teóricas);*

*Método participativo, com elaboração e discussão de casos (aulas práticas);*

*Realização de um trabalho de grupo.*

##### **2. SISTEMA DE AVALIAÇÃO**

*Avaliação contínua:*

*T: Teste escrito individual – Ponderação de 70 %*

*TG: Elaboração e discussão de um Trabalho de Grupo, com ponderação de 30%*

*A classificação final do TG = 50% (nota do relatório) + 50% (nota da discussão)*

*Nota Final da Avaliação Contínua = 0,7 T + 0,3 TG*

*Avaliação Final:*

*A avaliação final consiste na realização de um exame em que:*

*Nota Final = Nota do Exame*

*Existem três épocas de avaliação final:*

*Época Normal (destina-se aos estudantes que não optaram pela avaliação contínua)*

*Época de Recurso (destina-se aos estudantes que não realizaram ou não obtiveram aproveitamento na época normal ou na avaliação contínua)*

*Época Especial*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

##### **1. METHODOLOGY**

*Lectures, illustrated with the presentation and discussion of theoretical cases*

*Practical classes, with the preparation and discussion of cases*

*Development of a group essay with presentation.*

##### **2. EVALUATION SYSTEM**

*Continuous assessment:*

*T: Individual written test - 70%*

*GE: Development and presentation of a Group Essay - 30%*

*The final classification of GE = 50% (written Essay) + 50% (presentation and discussion)*

*Final Continuous Assessment = 0.7 T + 0.3 GE*

*Final Assessment:*

*The final assessment consists of performing a test in which:*

*Final classification = Exam classification*

*The final evaluation is intended for students who have not been successful and / or have not opted for the continuous assessment*

*There are three seasons of final evaluation:*

*(1) Regular Season (intended for students who did not opt for continuous evaluation)*

*(2) Period of Appeal*

*(3) Special Season*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino apresentam coerência com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular relacionados com os objectivos da compreensão da variável preço como elemento competitivo, da aprendizagem dos processos de formação dos preços e os seus factores determinantes, e do conhecimento das diversas políticas de preço, na medida em as diversas componentes dessas metodologias permitem atingir tal desiderato, designadamente: o método expositivo, ilustrando com casos (aulas teóricas); o método participativo, com elaboração e discussão de casos (aulas práticas); e a concretização de um trabalho de grupo.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The present teaching methods are consistent with the course learning outcomes related to (1) understand pricing as a competitive element of the corporate strategy, (2) to learn the price-setting process, and (3) to know pricing strategies and policies. The various components of these methods achieve this aim, namely: the exposition method, illustrated with cases (lectures), the participatory approach, with the preparation and discussion of cases (practical classes), and the development of a group essay.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Naggle, Thomas T. e John E. Hogan (2006), *The Strategy and Tactics of Pricing – a Guide to Growing More Profitably*, 4ª ed., New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Monroe, Kent B. (1992), *Política de Precios – Para hacer más rentables las decisiones*, Madrid, McGraw-Hill.

**Mapa IX - Contabilidade / Accounting****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Contabilidade / Accounting*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Carlos Manuel Severino da Mata; Horas Semestrais: curso GDL 30h. T; curso GRHPL 30h. T*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Horas Semestrais*

*Maria do Amparo Peixoto Guedes – curso GDLPL 30h. T; curso MKT 30h. P*  
*Susana Maria Teixeira da Silva – curso MKT 30h. T; 30h. P; curso GRH 30h. T*  
*Isabel Joaquina Nunes Fernandes Ribeiro – curso GDLPL 60h. P*  
*Carla Sofia Santos Craveiro Pité Picaró – curso GRHPL 60h. P*  
*Paula Alexandra Godinho Pires Heliodoro – curso GRH 90h. P*  
*Paulo Costa – curso GDL 30h. P*  
*Ana Sofia Barradas Damião – curso GDL 60h. P*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Semestral Hours:*

*Maria do Amparo Peixoto Guedes – course GDLPL 30h. T; course MKT 30h. P*  
*Susana Maria Teixeira da Silva – course MKT 30h. T; 30h. P; course GRH 30h. T*  
*Isabel Joaquina Nunes Fernandes Ribeiro – course GDLPL 60h. P*  
*Carla Sofia Santos Craveiro Pité Picaró – course GRHPL 60h. P*  
*Paula Alexandra Godinho Pires Heliodoro – course GRH 90h. P*  
*Paulo Costa – course GDL 30h. P*  
*Ana Sofia Barradas Damião – course GDL 60h. P*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Discutir o papel da Contabilidade. Conhecer e compreender os métodos e procedimentos contabilísticos. Efectuar os registos contabilísticos apropriados. Elaborar a Demonstração dos Resultados e o Balanço.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Discuss the role of accounting. Know and understand the methods and accounting procedures. Make appropriate accounting records. Prepare the Income Statement and Balance Sheet.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. A CONTABILIDADE NO SUBSISTEMA DE GESTÃO
  - 1.1 A Evolução e o Papel da Contabilidade como Instrumento de Gestão;
  - 1.2 A Importância da Informação Financeira para a Tomada de Decisões;
  - 1.3 As Ópticas de Análise dos Fluxos da Empresa;
2. CONCEITOS FUNDAMENTAIS
  - 2.1 A Contabilidade: Noção, Divisão e Fins;
  - 2.2 A Contabilidade como Sistema de Mensuração e Comunicação;
  - 2.3 A Equação Fundamental da Contabilidade.
3. O PATRIMÓNIO, FACTOS PATRIMONIAIS E INVENTÁRIO
  - 3.1 O Património: Noção e Representação;
  - 3.2 Os Factos Patrimoniais: Noção e Classificação;

- 3.3 O Inventário: Noção e Classificação;
- 4. CONTA, MOVIMENTAÇÃO, LANÇAMENTOS, BALANCETES
- 4.1 A Conta: Noção, Classificação, Movimentação e Representação;
- 4.2 Classificação e Caracterização das Contas;
- 4.3 Métodos de Registo Contabilístico;
- 4.4 Lançamentos: Noção e Espécie;
- 4.5 O Diário, Razão e Balancetes.
- 5. OS DOCUMENTOS CONTABILÍSTICOS DE SÍNTESE
- 5.1 O Balanço e a Demonstração dos Resultados

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Accounting in the Management subsystem
  - 1.1 The evolution and role of accounting as a management tool
  - 1.2 The importance of financial information for decision making
  - 1.3 The analysis of flows of the company
- 2. Fundamental Concepts
  - 2.1 Accounting: Meaning, Purpose and Division
  - 2.2 The Accounting System and Measurement and communication
  - 2.3 The Fundamental Accounting Equation
- 3. Patrimony, facts sheets and inventory
  - 3.1 The patrimony: Meaning and representation
  - 3.2 The fact sheet: definition and classification
  - 3.3 The inventory: concept and classification
- 4. The Account: Definition, Classification and representation
  - 4.1 Classification and characterization of accounts
  - 4.2 Accounting registration methods
  - 4.3 The Diary and Balance
- 5. Summary of accounting documents
  - 5.1 The balance sheet and the income statement

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Os objectivos da unidade curricular são:*

- Compreender o papel da Contabilidade nas organizações;
- Compreender e aplicar a técnica da Contabilidade;
- Compreender e efectuar os registos contabilísticos;
- Elaborar a Demonstração dos Resultados e Balanço.

*Os conteúdos programáticos são coerentes com os objectivos da unidade curricular, pois obedecem sistematicamente a esses mesmos objectivos*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The objectives of this curricular unit are to:*

- Understand the role of accounting in organizations;
- Understand and apply the techniques of Accounting;
- Understand and make accounting records;
- Prepare the Income Statement and Balance Sheet.

*The programme contents are consistent with the objectives of the course, and follow it systematically to those objectives*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*É utilizado o método expositivo, nas aulas teóricas, para introdução dos conceitos teóricos e nas aulas práticas, o método participativo para reflexão sobre os conceitos e para a resolução de exercícios. A avaliação de conhecimentos é constituída pela realização de dois Testes escritos individuais.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*It used the expository method, in theoretical classes, to introduce the theoretical concepts and practical classes, the participatory method for reflection on the concepts and solving exercises. The assessment is made by the completion of two written individual tests.*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Nas aulas teóricas, utiliza-se o método expositivo, para a introdução dos conceitos teóricos relacionados com Contabilidade, os registos contabilísticos e demonstrações financeiras e nas aulas práticas, o método participativo, para a resolução de exercícios procurando relacionar os conceitos com situações reais. Através dos testes procuramos aferir a capacidade de reflexão e articulação dos conceitos com a componente*

*prática.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*In the theoretical classes, it is used the expository method for the introduction of theoretical concepts related to accounting, the accounting records and financial statement, and in practical classes, participatory method to the resolution of exercises aiming to relate the concepts to real situations.*

*The tests seek to measure the capacity for reflection and relationship of concepts with the practical component.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Aviso n.º 15652 de 07/09/2009 – Estrutura Conceptual – Diário da República, 2.ª Série – N.º 173 de 07/09/2009.*
- *Aviso n.º 15654 de 07/09/2009 – Sistema de Normalização Contabilística – Norma contabilística e de relato financeiro para pequenas entidades – Diário da República, 2.ª Série – N.º 173 de 07/09/2009.*
- *Aviso n.º 15655 de 07/09/2009 – Sistema de Normalização Contabilística – Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro – Diário da República, 2.ª série – N.º 173 de 07/09/2009.*
- *Portaria n.º 986 de 07/09/2009 – Modelos de Demonstrações Financeiras – Diário da República, 1.ª série – N.º 173 de 07/09/2009.*
- *Portaria n.º 1011 de 09/09/2009 – Código de Contas SNC – Diário da República, 1.ª Série – N.º 175 de 09/09/2009.*
- *Borges, António; Rodrigues, Azevedo & Rodrigues, Rogério (2010). Elementos de Contabilidade Geral. 25ª Edição, Áreas Editora, Lisboa.*

### Mapa IX - Gestão de Vendas/Sales Management

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Gestão de Vendas/Sales Management*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil; Horas semestrais: curso MKT - 30 h T; 60 h PL*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Não aplicável.*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Not applicable.*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*A Gestão de Vendas desempenha um papel fundamental nas organizações, essencial à colocação dos produtos e serviços no mercado e ao atingir dos objectivos de vendas e de rentabilidade.*

*A unidade curricular de Gestão de Vendas pretende dotar os estudantes de meios que lhe permitam:*

- ☐ *Enquadrar a venda na política global da empresa e da gestão de Marketing;*
- ☐ *Realçar a importância da venda e conhecer os seus instrumentos;*
- ☐ *Identificar elementos de diferenciação de clientes, adequando os processos às necessidades dos clientes e sua importância estratégica;*
- ☐ *Identificar o potencial da utilização das promoções, enquanto dinamizador de vendas*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Sales Management plays a key role in organizations, in placing products and services on the market and achieving the objectives of the company in terms of sales and profitability.*

*The course aims to provide students with the means to:*

- Integrate the sales function in the company's global policy and Marketing Management;*
- To highlight the importance of sales and use their instruments;*
- Identify elements of differentiation of customers, adapting processes to customer needs and its strategic importance;*
- Identify the potential use of promotion as a facilitator for sales*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. A venda enquadrada na gestão estratégica e na política de marketing da empresa*
- 2. O processo de venda e a gestão de cada uma das suas fases*
- 3. O papel e as responsabilidades do gestor de vendas*



4. A gestão segmentada de clientes
5. A gestão da equipa de vendas
6. A promoção de vendas

#### 6.2.1.5. Syllabus:

1. Sale in the strategic management and marketing policy of the company
2. The process and the management of each of the phases
3. The role and responsibilities of sales manager
4. Key Account Management
5. The management of the sales team
6. The sales promotion

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Na unidade curricular de Gestão de Vendas, aprofundam-se os conceitos relacionados com a atividade comercial das organizações, incluindo as atividades de venda – associadas aos “vendedores” - e à gestão dos processos de venda e de coordenação comercial: Análise de Mercado, Planificação, Organização, Direção e Controlo. Complementarmente abordam-se o tema das promoções de venda e referenciando-se as principais temáticas associadas aos atuais desafios comerciais das empresas, como a gestão de grandes contas e a utilização das novas tecnologias.*

*Os conteúdos ministrados estão desta forma relacionados com os objectivos propostos para a unidade curricular, desenrolando-se esta com uma sistemática articulação entre as aulas teóricas e práticas, permitindo uma contextualização dos temas e da sua aplicação prática, no dia-a-dia das organizações e das equipas comerciais.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*In Sales Management course the class will examine concepts related to business organizations, including sales activities - associated with the "sellers" and the management of sales processes and coordination of trade: Market Analysis, Planning, Organization, Direction and Control. In addition we discuss sales promotions and other major issues related to current business challenges of companies, such as managing large accounts and use of new technologies in sales activities.*

*The material taught in this way is related to the proposed objectives for the course, with a systematic link between the theoretical and practical classes, allowing a contextualization of the issues and their practical application in day-to-day organizations and sales teams*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*A Unidade Curricular de Gestão de Vendas é leccionada em aulas teóricas e práticas, utilizando-se diferentes metodologias de ensino:*

- Método expositivo, ilustrando com casos (aulas teóricas)
- Método participativo, com elaboração e discussão de casos (aulas práticas)

*A avaliação contínua de conhecimentos é constituída por:*

- Trabalho Individual - TI
- Entrega e Apresentação de um Trabalho de Grupo - TG
- Realização de Teste - T

*Nota Final = 0,20 TI + 0,40 TG + 0,40 T*

*Os alunos que não optem, ou não obtenham aprovação, através do sistema de avaliação contínua, poderão realizar um exame final.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*The Course of Sales Management is taught through lectures and practical classes, using different teaching methodologies, explaining the themes and conceptual framework (lectures) and fostering discussion and positive influence on students (practical classes)*

*Continuous assessment of knowledge consists of:*

- Individual work - IW
- Delivery and presentation of a group essay- GE
- Written test - T

*Final grade = 0.20IW + 0.40 GE + 0.40 T*

*Students, who do not choose the system of continuous assessment, may go to examination only.*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A unidade curricular de Gestão de Vendas é leccionada através de aulas teóricas e práticas, sendo que os conceitos e problemáticas são geralmente expostos nas aulas teóricas, para posterior discussão e aplicação*

*nas aulas práticas. Dadas as especificidades dos conteúdos que inclui, procura-se uma sistemática apresentação de casos práticos e de exemplos, que facilitem a apreensão dos conteúdos e o atingir dos objectivos da Unidade Curricular.*

*Privilegia-se o desenvolvimento de trabalhos de grupo e uma aprendizagem baseada numa sólida componente teórica, complementada com uma sistemática aplicação a desafios reais e actuais das organizações, convidando-se profissionais que partilham com os alunos as suas práticas.*

*Os alunos são convidados a realizar apresentações no âmbito das actividades lectivas, partilhando com os seus colegas de turma e o docente o resultado da sua pesquisa individual e em grupo, reforçando desta forma as suas competências ao nível do trabalho autónomo: estes trabalhos são feitos de forma a aplicar os temas aprendidos nas aulas a situações concretas vividas pelos profissionais de vendas.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The Sales Management course is taught through lectures and practices, and the concepts and issues are usually elaborated in lectures, with further discussion and implementation in practical classes. Given the specific content that includes looking up a systematic presentation of case studies and examples to facilitate understanding of the content and achieving the objectives of the course.*

*The focus is the development of group work and learning based on a solid theoretical component, complemented by a systematic application to real and current challenges of organizations, inviting professionals to share with students their experiences.*

*Students are invited to make presentations as part of school activities, sharing with their peers and teachers the results of their individual and group research and individual, thereby strengthening their skills of autonomous work. These assignments are carried out to apply the topics covered in class regarding practical situations experienced by salespeople.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Brito, P. (2000). *Como fazer Promoção de Vendas*, 2º ed. Lisboa, McGraw-Hill
- Dalryple, J., Cron, W., Decarlo, T. (2004). *Sales Management*, 8ª ed. John Wiley & Sons
- Futrell, C. (2008). *Fundamentals of Selling*, 10ª ed. McGraw-Hill
- Jobber & Lancaster (2006). *Selling and Sales Management*, 7ª ed, Prentice Hall
- Johnston, M. & Marshall, G. (2008). *Relationship Selling*, 2ª ed, McGraw-Hill
- Justino, L. (2007). *Direcção Comercial*, Lidel – Edições Técnicas
- Manning e Reece (2007). *Selling Today: Creating Customer Value*, 10ª ed, Prentice Hall
- Rodrigues, D. (2000). *Venda Pessoal na óptica de Marketing*, Lisboa, ed. Sílabo
- Swchartz, M. (2006). *Fundamentals of Sales Management for the newly appointed sales manager*, McGraw-Hill.

### **Mapa IX - Gestão de Recursos Humanos/Human Resources Management**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Gestão de Recursos Humanos/Human Resources Management*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Ana Maria Tomás dos Santos; T (GRH, GSI, GDL, GDLPL) – 60h; PL (GDL) - 30h*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Francisco Santos – 30h Teóricas – 1º semestre CFN+GRHPL; 30h Práticas – 2º semestre;  
Samantha Verpoort – 60h Práticas – 1º semestre; 60h Práticas – 2º semestre;  
Carla Galope – 30h Práticas – 2º semestre;  
Lurdes Pedro – 30h Teóricas – 1º semestre CF+MKT;  
Helena Santos – 60h Práticas – 1º semestre;  
Élia de Jesus – 60h Práticas – 1º semestre  
Luís Sebastião – 60h Práticas – 1º semestre  
Patrícia Pires – 60h Práticas – 1º semestre*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Francisco Santos – 30h Teóricas – 1º semestre CFN+GRHPL; 30h Práticas – 2º semestre;  
Samantha Verpoort – 60h Práticas – 1º semestre; 60h Práticas – 2º semestre;  
Carla Galope – 30h Práticas – 2º semestre;*

*Lurdes Pedro – 30h Teóricas – 1º semestre CF+MKT;  
 Helena Santos – 60h Práticas – 1º semestre;  
 Élia de Jesus – 60h Práticas – 1º semestre  
 Luís Sebastião – 60h Práticas – 1º semestre  
 Patrícia Pires – 60h Práticas – 1º semestre*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Compreender a Função e o papel de GRH;  
 Compreender a GRH como subsistema organizacional;  
 Conhecer as áreas de actuação, metodologias, técnicas e os instrumentos utilizados em GRH;  
 Elaborar e Gerir Indicadores de Desempenho dos RH;  
 Perspectivar o desenvolvimento da GRH;  
 Saber trabalhar em grupo;  
 Saber elaborar relatórios académicos;  
 Fazer apresentações orais.*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*To understand the role and the human resource function;  
 (To understand HRM as a organizational subsystem;  
 To know the processes, methodologies, techniques applied in HRM;  
 To Know building evaluation outcomes of the HRM;  
 To see and understand the development of the HRM perspective;  
 To work as member of a group;  
 To write academic reports;  
 To give oral presentations.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1 – A natureza da GRH  
 2 – Da Análise de Funções à Análise de Competências  
 3 – O Recrutamento, a selecção e a integração;  
 4 – A Formação;  
 5 – A Avaliação de Desempenho;  
 6 - O desenvolvimento de Carreiras;  
 7 – A Compensação  
 8 – A Separação*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

*1 – The nature of HRM  
 2 – Job and competency analysis  
 3 – The Recruiting and the organizational integration of new employees  
 4 – Training  
 5 – Performance Appraisal  
 6 – Career Management  
 7 – Compensation Systems  
 8 – Job hunting (separation)*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Pretende-se que os conteúdos programáticos preparem os Estudantes não apenas para efectuar a GRH em termos de procura, mas também em termos de desenvolvimento, tendo em conta os objectivos organizacionais. Por outro lado, pretende-se que as aulas teóricas e práticas lhes forneçam o conjunto de instrumentos necessários não apenas à GRH, mas também à sua inserção na vida activa.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*This curricular unit aims at familiarizing and preparing students with HRM, in general and specially giving the necessary HRM Techniques and some competences to begin their professional life.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Teóricas: Expositiva/Interrogativa, fazendo-se uso, sempre que possível à metodologia participativa, usando-se a projecção de PPT;  
 Práticas: estudo, análise e resolução de casos;  
 Trabalho de Grupo: orientação tutórica.  
 A avaliação contínua inclui um trabalho de grupo e um teste individual; A avaliação final consiste na realização de um exame escrito, individual*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Lectures supported by previously issued Power Point notes are used to present theoretical concepts. In order*

*to complement the theory, a specially created set of practical cases support the UC that are solved in class. The groups received tutorial support to complete their work.*

*Continuous assessment includes a group work and one written individual test. Final assessment consists of a written individual exam.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A selecção das metodologias de ensino é feita com base nos objectivos de aprendizagem da UC, pelo que se articula aulas teóricas e aulas práticas, sendo que as primeiras assentam num método expositivo e interrogativo enquanto as últimas procuram operacionalizar os conceitos e basear-se em práticas de resolução de problemas.*

*Nas aulas práticas predomina o método participativo em que os conceitos são operacionalizados através de casos práticos que proporcionam a consolidação de conhecimentos e permitem o desenvolvimento de competências para a sua aplicação.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The teaching methodologies are selected based on learning goals of the Curricular Unit which combines theoretical and practical classes. The first based on a lecture and an interrogative method, appealing particularly to knowledge and understanding and the latter seeking to operationalize the concepts and based on practical problem solving.*

*Practical Classes are based on a participatory approach in which the concepts are operationalized through practical cases and the use of HRM tools and techniques to provide a consolidation of knowledge and enable the development of skills for its implementation.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Caetano, A. e Vala, J. (org) (2000), *Gestão de Recursos Humanos: Contexto, Processos e Técnicas*, Lisboa, Editora RH.
- Gomes, J. et al (2008), *Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano*, Lisboa, Edições Sílabo.
- Peretti, J-M (1997), *Recursos Humanos*, Lisboa, Edições Sílabo.
- Sekiou, Blondin, Fabi, Peretti, Allis e Chevalier (2009), *Gestão de Recursos Humanos*, Lisboa, Instituto Piaget.
- Sousa, M. J. et al (2006), *Gestão de Recursos Humanos – Métodos e Práticas*, Lisboa, LIDEL.
- Werther, W. e Davis, K. (1996), *Human Resources and Personnel Management*, New York, McGraw-Hill.

### **Mapa IX - Marketing de Serviços/ Services Marketing**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Marketing de Serviços/ Services Marketing*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Fernanda Maria de Jesus Andrade; Horas semestrais: curso MKT – 30h T; 30h P*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Não aplicável.*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Not applicable.*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- ☐ *Consciencializar os alunos para importância e aplicabilidade crescente do marketing de Serviços;*
- ☐ *Conseguir que os alunos adquiram os conceitos base e os conhecimentos necessários à definição da oferta dos serviços;*
- ☐ *Lograr que os alunos saibam traçar as políticas do marketing-mix adequadas à estratégia de uma empresa de serviços;*
- ☐ *Fazer com que os alunos desenvolvam as competências necessárias para a percepção do valor dos serviços, da satisfação dos clientes e da qualidade prestada e percebida.*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*On successful completion of the course the student is able to:*

- ☐ *discuss the importance and increasing applicability of Services Marketing;*
- ☐ *describe the basic concepts and knowledge necessary to define the service provision;*
- ☐ *trace the policies of marketing-mix appropriate to a service company's strategy;*
- ☐ *develop the necessary competences to assess the perception of services' value, customers' satisfaction and provided, perceived quality.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:****1. INTRODUÇÃO**

- 1.1. O Conceito de Serviço
- 1.2. O Sector dos Serviços
- 1.3. O Marketing de Serviços

**2. IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE SERVIÇOS**

- 2.1. Importância do Sector
- 2.2. Desenvolvimento dos Serviços
- 2.3. Filosofia actual do Marketing de Serviços

**3. BENS E SERVIÇOS**

- 3.1. Bem puro vs. serviço puro
- 3.2. Evolução de produtos e serviços
- 3.3. Dimensões dos Serviços

**4. CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS**

- 4.1. Classificações Tradicionais
- 4.2. Outros critérios de classificação
- 4.4. Tipos de serviços e implicações no marketing

**5. ESPECIFICIDADE E CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS**

- 5.1. A Intangibilidade
- 5.2. A Inseparabilidade
- 5.3. A Heterogeneidade
- 5.4. A Perecibilidade
- 5.5. Problemas associados às especificidades dos Serviços

**6. ESTRATÉGIAS DE MARKETING NAS EMPRESAS DE SERVIÇOS**

- 6.1. A Análise de Mercado
- 6.2. A Segmentação de Mercado
- 6.3. O Segmento-alvo
- 6.4. O Posicionamento

**7. MARKETING-MIX**

- 7.1. Operacionalização em Serviços
- 7.2. Modelo Servuction
- 7.3. Políticas do Mix

**6.2.1.5. Syllabus:****1. INTRODUCTION**

- 1.1. The concept of service
- 1.2. The service sector
- 1.3. Services Marketing

**2. SERVICES MARKETING**

- 2.1. Importance
- 2.2. Development
- 2.3. Services Marketing today's Philosophy

**3. GOODS AND SERVICES**

- 3.1. Pure goods vs. pure services
- 3.2. Products and Services evolution
- 3.3. The Service dimension

**4. THE CLASSIFICATION OF SERVICES**

- 4.1. Traditional classifications
- 4.2. Other classification criteria
- 4.4. Types of services and marketing implications

**5. CHARACTERISTICS OF SERVICES**

- 5.1. Intangibility
- 5.2. Inseparability
- 5.3. Heterogeneity
- 5.4. Perishability
- 5.5 Problems associated with the specific of services

**6. MARKETING STRATEGIES IN SERVICE COMPANIES**

- 6.1. Market analysis
- 6.2. Market segmentation
- 6.3. The target segment
- 6.4 Positioning

**7. MARKETING-MIX**

- 7.1. Operationalization in Services
- 7.2. "Servuction" Model
- 7.3. Policies

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Os conteúdos do primeiro e segundo ponto do programa vão permitir que os estudantes compreendam a importância do desenvolvimento do marketing de serviços na sociedade atual. O terceiro e quarto ponto focam-se nas diferenças entre os bens e serviços, nas características dos serviços no geral e na classificação dos serviços de acordo com os vários critérios. Desta forma, permite que os alunos desenvolvam o conhecimento necessário para perceber os pontos seguintes, estratégia de marketing e o marketing-mix. O*

*último ponto do programa corresponde aos últimos objectivos, focando-se na satisfação e qualidade.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The first and second points of the contents and methodology of the programme will allow students to understand the importance of services marketing development in society. The third and fourth point focus on the differences between goods and services, the characteristics of the services in general and the classification of services according to various criteria. This provides the necessary knowledge for understanding the following points: marketing strategy and the marketing-mix. The last points of the programme, focusing on satisfaction and quality totally correspond to the learning outcomes.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*As metodologias principais são:*

- *Método expositivo e participativo.*
- *Aplicação de técnicas de ensino apoiadas em tutoria e trabalho do docente como orientador e mediador, incentivando os alunos mediante a realização de exercícios, casos práticos, discussão, apresentação, simulação de situações reais e contacto com a realidade organizativa, a encontrar as suas próprias soluções.*
- *A avaliação será realizada ao longo do semestre, compreendendo:*  
*Teste*  
*Trabalho de Grupo*  
*Apresentação Individual*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*The main methodologies are:*

- *Lecture and participatory method.*
- *Application of teaching techniques supported by tutorials and with the tutor acting as guide and facilitator, encouraging students through exercises, practical cases, argument, presentation, real life simulations and contact with organizational reality, to find their own solutions.*
- *Continuous assessment is supported by:*  
*Written test*  
*Group Work*  
*Individual Presentation*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Através das metodologias pedagógicas, aplicadas nas aulas praticas e teóricas, bem como no sistema de tutoria, procurar-se-á desenvolver as capacidades de autonomia, desenvolvimento de sentido crítico, de flexibilidade e de adaptação a novas situações, bem como a integração em equipas de trabalho. Desenvolver competências de percepção e análise dos mercados, sabendo encontrar novas soluções e a correcta adequação dos serviços, bem como o controlo de qualidade dos mesmos. Assim, tanto nas aulas teóricas como nas aulas práticas, os estudantes são encorajados a participar activamente e a realizar pesquisa e apresentações, que desenvolvem auto-confiança, capacidades de comunicação e de aprender a aprender.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*Through the teaching methodologies, applied to practical and theoretical classes and also through individual and team work, the professor seeks to develop the autonomy, critical sense and flexibility of students, as well as the adaptation to new situations and the capacity to work with and to respect others. Practical cases and examples support the development of competences referring to the contents of the subject. So both in Theoretical and Practical lessons students are encouraged to participate actively and by research and oral presentations, develop self-confidence, communicative skills and the capacity to learn how to learn.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Lovelock, C. e Wirtz, J. (2011). Marketing de Serviços (7ª ed). Prentice Hall.*  
*Hoffman, K. e Bateson, J. (2006). Princípios de Marketing de Serviços (2ª ed). Thomson.*  
*Saias, L. (2007). Marketing de Serviços (1ª ed). Lisboa: Universidade Católica.*  
*Eiglier, P. e Langeard, E.(1991). Servuction-A Gestão Marketing de Empresas de Serviços. McGraw- Hill.*  
*Esteban, I. (2005). Marketing de los servicios. Madrid: ESIC Editorial.*

### Mapa IX - Pesquisa de Mercados /Marketing Research

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Pesquisa de Mercados /Marketing Research*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Paulo Duarte Valente Almeida da Silveira; Horas de contacto: 30h T + 90 h PL*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Não aplicável.*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Not applicable.*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Pretende-se que o estudante seja capaz de conhecer e compreender técnicas de análise de mercados, projectar e realizar um estudo de mercado - nomeadamente:*

- *Entender o conceito e relevância da realização de análises de mercado;*
- *Conhecer os tipos de estudos de mercado adequados à resolução de cada problema;*
- *Formular o “problema” de investigação;*
- *Conhecer e analisar fontes de dados secundárias;*
- *Conceber metodologias de investigação de mercados adequadas aos “problemas” e características da Organização;*
- *Construir instrumentos de estudo e de recolha de dados;*
- *Aplicar esses instrumentos;*
- *Processar os dados recolhidos, dominando ferramentas informáticas;*
- *Interpretar os dados recolhidos e elaborar um relatório e apresentação finais com recomendações.*

*A par das competências específicas, também se procura desenvolver competências transversais: tomada de decisão; reflexão e análise crítica; expressão oral e escrita (vocabulário geral e técnico).*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*It is intended that the student is able to know and understand market analysis, design and conduct a market study - namely:*

- *Understand the concept and importance of conducting market analyzes;*
- *Know the types of market research to solve every problem;*
- *Define the research "problem";*
- *Understand and analyze secondary data sources;*
- *Develop research methodologies appropriate to the 'problems' characteristics and Organization;*
- *Design survey instruments and data collection;*
- *Apply those tools;*
- *Process the data collected, mastering software;*
- *Interpret the data collected and prepare a final report and presentation with recommendations.*

*General skills are also developed: decision making, reflection and critical analysis, oral and written vocabulary (general and technical).*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. **CONCEITO, RELEVÂNCIA E PROCESSO DE ANÁLISE DE MERCADOS**
2. **TIPOS DE ESTUDOS E SUAS APLICAÇÕES**
3. **FONTES DE DADOS**
4. **PROCESSO DE CONCEPÇÃO E REALIZAÇÃO DE ESTUDOS DE CAMPO**
  - 4.1. *Formulação do problema e definição dos objectivos do estudo*
  - 4.2. *Concepção do processo amostral*
  - 4.3. *Técnicas de recolha de dados*
  - 4.4. *Construção de instrumentos de recolha de dados*
  - 4.5. *Operações de campo*
  - 4.6. *Análise e interpretação de dados*
  - 4.7. *Construção do relatório e apresentação de resultados*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

1. **CONCEPT, RELEVANCE AND PROCEDURE FOR MARKETING RESEARCH**
2. **TYPES OF STUDIES AND ITS APPLICATIONS**
3. **DATA SOURCES**
4. **PROCESS DESIGN AND FIELD STUDIES**
  - 4.1. *Problem formulation and defining the objectives of the study*
  - 4.2. *Design of the sampling process*
  - 4.3. *Techniques for data collection*
  - 4.4. *Construction of instruments for data collection*
  - 4.5. *Field operations*
  - 4.6. *Analysis and interpretation of data*
  - 4.7. *Construction of the report and presentation of results*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*A coerência é demonstrada através das seguintes correspondências de objectivos-conteúdos:*

- "Entender o conceito e relevância da realização de análises de mercado" - 1.CONCEITO, RELEVÂNCIA E PROCESSO DE ANÁLISE DE MERCADOS
- "Conhecer os tipos de estudos de mercado" - 2.TIPOS DE ESTUDOS E SUAS APLICAÇÕES
- Formular o problema de investigação - 4.1.Formulação do problema e definição dos objectivos do estudo
- "Conhecer e analisar fontes de dados secundárias" - 3.FONTES DE DADOS
- "Conceber metodologias de investigação" - 4.2 Concepção do processo amostral; 4.3.Técnicas de recolha de dados
- "Construir os instrumentos de estudo" - 4.4.Construção de instrumentos de recolha de dados
- "Aplicar esses instrumentos" - 4.5. Operações de campo
- "Processar os dados recolhidos, dominando ferramentas informáticas" - 4.6.Análise e interpretação de dados
- "Interpretar os dados recolhidos" - 4.7.Construção do relatório e apresentação de resultados

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*Consistency is demonstrated through the following objectives-syllabus correspondences:*

- "Understand the concept and importance of conducting market analyzes" - CONCEPT, RELEVANCE AND PROCEDURE FOR MARKETING RESEARCH
- "Knowing the types of market research" - TYPES OF STUDIES AND ITS APPLICATIONS
- Formulate the research problem - 4.1. Problem formulation and defining the objectives of the study
- "To investigate and analyze secondary data sources" - 3. DATA SOURCES
- "Designing research methodologies" - 4.2 Design of the sampling process, data collection 4.3.Técnicas
- "Building the survey instruments" - 4.4. Construction of instruments for data collection
- "Apply these instruments" - 4.5. Field operations
- "Process the data collected, mastering tools" - 4.6.Analysis and interpretation of data
- "Interpreting the data collected" - 4.7. Construction of the report and presentation of results

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Nas aulas teóricas utiliza-se o método expositivo pelo docente, procurando-se também incentivar a participação activa dos estudantes frequentemente. São também utilizados diversos exemplos empresariais. Nas aulas laboratoriais, são lançados e discutidos casos práticos e desafios empresariais, acompanhando-se também o trabalho de grupo. Nas aulas laboratoriais utiliza-se o software SPSS, bem como processador de texto (construção de questionários), sendo as aulas suportadas através da plataforma Moodle.*

*Avaliação contínua:*

*40% Relatório de Trabalho de Grupo (RTG) + 20% Apresentação de Trabalho de Grupo (ATG) + 20 % Participação nas aulas (PA) + 20% Exercícios (E)*

*Cada um desses componentes necessita de ser positivo para se obter aprovação (RTG  $\geq 10$ , ATG  $\geq 10$ , E  $\geq 10$ , PA  $\geq 10$ )*

*Existe nível mínimo de assiduidade para ser aprovado em Avaliação Contínua:  $\geq 2/3$  das aulas*

*Avaliação final*

*100% Exame escrito (realizado em laboratório)*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*In the lectures we use the lecture method for teaching, seeking to also encourage the active participation of students. Several business examples are also used in lectures.*

*Laboratory classes introduce and discuss case studies, and the group report work is also accompanied. In the laboratory classes, SPSS software is used, and also a word processor (construction of questionnaires), Both lectures and practical classes are supported by Moodle.*

*Continuous assessment:*

*40% Report of the Group (RTG) + 20% Presentation of the Group Report (ATG) + 20% Class participation (PA) + 20% Exercises (E)*

*Each of these components need to be positive to obtain approval (RTG  $\geq 10$ , ATG  $\geq 10$ , E  $\geq 10$ , BP  $\geq 10$ )*

*There is a minimum level of attendance to be approved in Continuous Assessment:  $\geq 2/3$  class*

*final evaluation*

*100% written exam (performed in the laboratory)*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A UC recorre a metodologias de ensino e aprendizagem que fomentam a relação entre docente e estudante (ie, estimulação da participação e aulas laboratoriais interactivas e com discussão). Privilegia-se também o trabalho autónomo e de pesquisa/descoberta através de situações empresariais concretas e de um projecto concebido de raiz pelos estudantes (o trabalho de grupo). A existência de apresentações grupais fomenta a capacidade de exposição, argumentação e o trabalho em equipa.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*This course uses methodologies that foster the relationship between teacher and student (ie, stimulation of*



*participation and interactive laboratory classes and discussion).*

*An applied vision is carried out through the exercises/cases performed during the classes, examples in lectures and conducting a final practical group report.*

*It is also encouraged the research/discovery through concrete business situations and a project designed from scratch by students (group work report). The existence of group presentations fosters exposure capability, reasoning and teamwork.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- MALHOTRA, Nareesh ; *Marketing Research - An Applied Approach*, Prentice Hall, 2006
- MATTAR, Fauze Najib ; *Pesquisa de Marketing*, vol. 1 e 2, Editora Atlas, 1996
- SAMARA, Beatriz e BARROS, José; *Pesquisa de Marketing - conceitos e metodologia*, Prentice-Hall, 2002
- MAGALHÃES, Pedro; *Sondagens, Eleições e Opinião Pública*, Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2011

### **Mapa IX - Política de Distribuição/ Distribution and retail management**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Política de Distribuição/ Distribution and retail management*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil; Horas semestrais: curso MKT - 30 h T*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Sónia Cristina Baião Pires Nascimento*

*Horas semestrais: curso MKT - 60 h PL*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Sónia Cristina Baião Pires Nascimento*

*Total hours /week: Degree in MKT - 60 h PL*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*A unidade curricular de Política de Distribuição pretende dotar os estudantes de meios que lhe permitam actuar sobre a distribuição enquanto variável do marketing mix das organizações, ao mesmo tempo que analisarão a Distribuição enquanto sector de actividade, que carece de uma adequada gestão de Marketing.*

*Neste contexto os objectivos da unidade curricular de Política de Distribuição são:*

- *Compreender a distribuição enquanto função e variável do Marketing;*
- *Conhecer, identificar, caracterizar e saber distinguir políticas de distribuição;*
- *Conhecer o modo de selecção de canais de distribuição;*
- *Conhecer modos de gestão dos sistemas de distribuição física;*
- *Conhecer e conceber estratégias de distribuição;*
- *Elaborar o plano de distribuição no âmbito do plano de marketing*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*This course aims to provide students with the means to act on the distribution as a component of the marketing mix. We'll also examine the distribution as a sector of activity, needing an adequate management of Marketing.*

*In this context the objectives of the course are:*

- *Understanding the distribution as a functional activity and as a variable of the Marketing-mix;*
- *Know, identify, characterize and to distinguish distribution policies;*
- *Know how to select distribution channels;*
- *Know ways of managing the physical distribution systems;*
- *Understand and develop distribution strategies;*
- *Prepare a distribution plan under the marketing plan*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1. Distribuição: natureza, elementos e intervenientes*

*Enquadramento da distribuição*

*Os canais de distribuição: Definição, principais intervenientes e interacções*

*Crítérios de classificação de retalhistas e grossistas*

*Caracterização da Distribuição como função e sector de actividade*

*2. A Política de Distribuição do Produtor*

*Objectivos e enquadramento estratégico do produtor*

*A Distribuição enquanto componente do Marketing- Mix*

*Estruturação do canal e análise de alternativas*  
*Plano de Distribuição do Produtor*  
*Sistemas de controlo, avaliação e melhoria*  
**3. A Política de Distribuição do Distribuidor**  
*O posicionamento estratégico do Distribuidor*  
*Marketing mix do Distribuidor – O retailing mix*  
*Sistemas de informação e de gestão do canal de distribuição*  
**4. Tendências de evolução dos canais de distribuição**  
*Papel da inovação na gestão dos canais de distribuição*  
*Relacionamento produtor - distribuidor*  
*Tendências internacionais*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

*1. Distribution: nature, elements and actors*  
*Distribution: function and industry*  
*Distribution channels: Definition, key actors and interactions*  
*Classification criteria for retailers and wholesalers*  
*Distribution and characterization of function and sector of activity*  
**2. The Distribution function for producers**  
*Objectives and strategic context for the producer*  
*Distribution as part of the marketing mix*  
*Channel structure and analysis of alternatives*  
*Distribution Plan*  
*Control systems, evaluation and improvement*  
**3. The Distributor's Distribution Policy**  
*The strategic positioning of the Distributor*  
*Distributor Marketing mix - The retailing-mix*  
*Information systems and managing the distribution channel*  
**4. Trends in the evolution of distribution channels**  
*Role of innovation in the management of distribution channels*  
*Trends in international distribution*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*A Distribuição é simultaneamente um dos componentes da política de marketing das organizações e um sector de actividade económica. Enquanto componente do marketing-mix, inclui todas as decisões que envolvem a disponibilização do produto ou serviço, que possam concretizar os objectivos da organização e da marca, através da selecção e gestão integrada dos canais de distribuição mais adequados. A gestão da distribuição inclui diferentes opções, em função da situação competitiva, públicos-alvo a atingir e especificidades dos membros dos canais de distribuição. Enquanto sector de actividade, é um dos principais empregadores em Portugal e dos profissionais de marketing, especialmente no aparelho comercial Retalhista, pelo que abordaremos as especificidades da sua gestão. Os conteúdos programáticos leccionados vão de encontro aos objectivos traçados, analisando a função e a actividade económica, a sua concepção, integração com os objectivos de marketing e a sua implementação.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Distribution is both a component of the organization marketing mix and an economic activity. As part of the marketing mix, Distribution includes all decisions involving the release of the product or service that can meet the objectives of the organization and brand, through the selection and integrated management of distribution channels. The distribution management includes different options, depending on the competitive situation, the target audiences and achieve specific members of distribution channels. While an industry, it is a major employer in Portugal, in particular for marketing professionals, mainly in Retailing, by which we will discuss the specifics of marketing management for retailers. The syllabus taught will meet the targets set by analyzing the function and economic activity, the design, integration with the marketing objectives and their implementation.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A Unidade Curricular de Política de Distribuição é leccionada através de aulas teóricas e de aulas práticas, utilizando-se diferentes metodologias de ensino:*

*– Aulas teóricas: método expositivo e participativo com utilização de meios audiovisuais*  
*– Aulas práticas: análise e elaboração de casos e exercícios práticos, apresentações e discussões, individualmente e em grupo. Utilização de um software da empresa NIELSEN.*

*Realização de trabalhos práticos (avaliação da capacidade de aplicação dos conceitos teóricos na resolução de problemas e tomada de decisão) - 60%*

*Realização de teste individual escrito (avaliação dos conceitos teóricos) - 40%*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The Distribution Policy Course is taught through lectures and practical classes, using different teaching methods:*

- *Lectures: lecture method and participatory with the use of audiovisual media*
- *Practical classes: analysis and preparation of cases and practical exercises, presentations and discussions, individually and in groups. Using a software company Nielsen.*

*Practical work (assessing ability to apply theoretical concepts in problem solving and decision making) - 60%*  
*Realization of individual test writing (evaluation of theoretical concepts) - 40%*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A metodologia de ensino utilizada permite apresentar e debater os temas leccionados. A partir da exposição do professor e do trabalho individual do aluno, as aulas são um local de debate em grupo, onde se apela sistematicamente à participação dos alunos. Há uma sistemática preocupação em trazer exemplos e experiências práticas para as aulas, integrados nas exposições dos docentes, pesquisadas pelos alunos, convidado profissionais da área e até da comunidade empresarial. O trabalho individual de estudo e o debate dos temas leccionados é complementado por trabalhos em grupo, onde se pretende desenvolver também competências associadas ao relacionamento interpessoal e maior experiência no desenvolvimento de apresentações orais. É utilizado um software de análise do consumo para que os alunos avaliem aspetos quantitativos relacionados com a variável distribuição e facultado pela empresa NIELSEN.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The teaching methodology allows you to present and discuss the topics taught. Through the exposure of the teacher and the student's individual work, classes are a place for group discussion, with calls systematically to student participation.*

*There is a systematic focus in bringing practical experiences and examples for classes. Student's individual work will be shared in classes and complemented by team work, which also aims to develop skills associated with interpersonal relationships and greater experience in the development of oral presentations. We use a NIELSEN's software used for analyzing the consumer behavior and to evaluate quantitative aspects related to major brands' physical distribution and provided by the company Nielsen.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- *Anderson, E., Coughlan, A., El-Ansary, A., Stern, L., (2005) Marketing Channels, 7ed., Prentice-Hall*
- *Dionísio, P., Lendrevie, J., Levy, J., Lindon, D., Rodrigues, J. (2004) Mercator XXI – Teoria e prática do Marketing, 10ª ed., Lisboa, Dom Quixote*
- *Rolnicki, Kenneth (1998) Managing Channels of Distribution – The Marketing Executive's complete guide, New York, AMACON – American Management Association*
- *Rosenbloom, Bert (2003), Marketing Channels: a management view, 7.ed., South-Western College Pub.*
- *Rousseau, J. (2008), Manual de Distribuição, 2ª Edição, Lisboa, Editora Principia*

**Mapa IX - Comportamento do Consumidor/Consumer Behaviour****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Comportamento do Consumidor/Consumer Behaviour*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*João Paulo Sousa Crespo Laureano Baía; Horas semestrais: curso MKT – 30 h T; 30 h P*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Não aplicável.*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Not applicable.*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Identificar os factores explicativos do comportamento do consumidor a nível individual, interpessoal e sócio-cultural;*  
*Identificar os diversos intervenientes de um processo de compra;*  
*Analisar o processo de compra, caracterizando as suas diversas fases;*  
*Reconhecer as especificidades do processo de compra em mercados industriais;*  
*Estudar as principais teorias e modelos explicativos do comportamento do consumidor.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Identify the factors explaining consumer behaviour at individual, interpersonal and socio-cultural;  
Identify the various actors in a buying process;  
Analyze the buying process, characterizing its various phases;  
Recognizing the specificities of the buying process in industrial markets;  
To study the major theories and explanatory models of consumer behaviour.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. Introdução ao Comportamento do Consumidor
2. Factores Explicativos da Compra
  - 2.1. Necessidades, motivações e personalidade
3. Percepções e imagens
  - 3.1. Sensação e Interpretação
  - 3.2. Imagem de marca e posicionamento
4. Atitudes e preferências
  - 4.1. Mudança de atitude e persuasão
5. Grupos e líderes de opinião
  - 5.1. Tipologia dos grupos
  - 5.2. Interação social e influência interpessoal
- 5.3. Simulação e estímulo
6. Identidades sócio-demográficas
  - 6.1. Segmentação de mercados e consumo
  - 6.2. Ciclo de vida familiar e consumo
7. Classes sociais e estilos de vida
  - 7.1. Identificação de classes sociais
  - 7.2. Abordagem aos estilos de vida
8. Cultura e sistema de valores
  - 8.1. Cultura e comportamento de compra
9. A Dinâmica da Compra
  - 9.1. O processo de compra
10. A unidade de tomada de decisão
  - 10.1. Os papéis da família
  - 10.2. Tipos de família e decisão de compra
  - 10.3. Conflitos e gestão de conflitos
11. As situações de compra

**6.2.1.5. Syllabus:**

1. Introduction to Consumer Behavior
2. The Explanatory Factors of Purchase
  - 2.1. Needs, motivations and personality
3. Perceptions and images
  - 3.1. The sensation and interpretation
  - 3.2. Branding and positioning
4. Attitudes and preferences
  - 4.1. Attitude change and persuasion
5. Groups and opinion leaders
  - 5.1. Types of groups
  - 5.2. Social interaction and interpersonal influence
- 5.3. Simulation and stimulation
6. Identities sociodemographic
  - 6.1. Segmentation of markets and consumption
  - 6.2. Family life cycle and consumption
7. Social classes and lifestyles
  - 7.1. Identification of social classes
  - 7.2. Approach to lifestyle
8. Culture and value system
  - 8.1. Culture and buying behavior
9. The Dynamics of Purchase
  - 9.1. The buying process
10. The decision-making unit
  - 10.1. The roles of family
  - 10.2. Family types and purchase decision
  - 10.3. Conflict and conflict management
11. The buying situations

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Esta unidade curricular procura fornecer aos alunos da licenciatura em Marketing uma reflexão, tão abrangente quanto possível, sobre as problemáticas associadas ao comportamento do consumidor, quer enquanto agente individual de consumo, quer como parte integrante da unidade de consumo familiar. O conhecimento do modo como o consumidor estrutura as suas decisões, bem como de quais os factores*

*explicativos dessas decisões, são indispensáveis à gestão de organizações. Apresentam-se e debatem-se os conceitos fundamentais de comportamento do consumidor, focando-se nos factores explicativos das suas decisões de consumo, e procurando enquadrar o estudo do comportamento do consumidor nas estratégias de marketing e sua implementação nas organizações.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*This curricular unit seeks to provide students the opportunity for comprehension the problems related to consumer behavior, or as individual agents of consumption, either as part of the family consumption unit. The knowledge of how consumers structure their decisions, as well as the factors explaining these decisions are necessary for the management of organizations. We present and discuss the concepts fundamental to consumer behavior, focusing on the explanatory factors of their consumption decisions, and seeking to frame the study of consumer behavior in marketing strategy and its implementation in organizations.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A unidade curricular está estruturada com base em aulas teóricas e aulas práticas. Nas aulas teóricas recorre-se ao método expositivo, ilustrando com casos, com a participação dos alunos. Nas aulas práticas recorre-se essencialmente ao método participativo, com elaboração e discussão de casos; e à concretização de um trabalho final, com elaboração, apresentação e discussão de trabalho de grupo. O processo de ensino-aprendizagem baseia-se na aquisição de competências através da abordagem aos conteúdos teóricos e na autonomia do aluno na sua formação.*

*Nesta unidade curricular o aluno experiencia diversas modalidades de trabalho, conciliando o trabalho individual com o trabalho colaborativo, proporcionando a aquisição e a partilha de conhecimentos, sendo o estudante um agente activo na sua formação.*

*A avaliação contínua engloba um teste escrito, e um trabalho de grupo, que é apresentado e discutido pelos alunos em sala de aula.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The curricular unit is structured on the basis of theoretical and practical sessions. In the lectures we use the lecture method, illustrated with cases, with the participation of students. Practical sessions use essentially the participatory approach, with the preparation and discussion of cases, and a final work, with preparation, presentation and discussion of final work. The teaching-learning process is based on the acquisition of skills by addressing the theoretical content and supporting autonomous learning.*

*In this curricular unit the student experiences various forms of work, combining individual work with the collaborative work, providing the acquisition and sharing of knowledge, the student being an active agent in its formation.*

*Continuous assessment includes a written test and a report, which is presented and discussed by students in the classroom.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A decisão pelas metodologias de ensino adoptadas tem subjacente os objectivos de aprendizagem desta unidade curricular.*

*A unidade curricular está estruturada com base em aulas teóricas e aulas práticas, recorrendo ao método expositivo, ilustrando com casos. Recorre-se ainda ao método participativo, com elaboração e discussão de casos; e à concretização de um trabalho final, com elaboração, apresentação e discussão de trabalho de grupo. Na componente prática desta unidade curricular, incentiva-se a sua participação nas aulas, e pretende-se que os alunos sejam familiarizados com a investigação científica, pelo que, deverão os alunos desenvolver um trabalho de campo, com um tema sobre comportamento do consumidor definido nas aulas, que resultará na apresentação e discussão de um relatório em grupo.*

*A unidade curricular de Comportamento do Consumidor pretende contribuir para o desenvolvimento das seguintes competências:*

- *Compreender o comportamento do consumidor individual;*
- *Conhecer as especificidades do comportamento de compra em mercados industriais;*
- *Compreender a aplicabilidade dos conhecimentos sobre comportamento do consumidor na análise dos mercados;*
- *Compreender e enquadrar o estudo do comportamento do consumidor nas estratégias de marketing e sua implementação.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The choice of the teaching methodologies adopted underlies the learning objectives of this curricular unit. The curricular unit is structured on the basis of theoretical and practical lectures, using the lecture method, illustrated with cases. Similarly in the participatory approach, with the preparation and discussion of cases, and the implementation of a final work, with preparation, presentation and discussion of the report. In the practical component of this curricular unit, is encouraged to participate in lecture, and it is intended that students are familiar with scientific research, so that students will develop a field work, with a theme set on consumer behavior lectures, resulting in the presentation and discussion of a report group.*

*The unit of Consumer Behavior aims to contribute to the development of the following skills:*

- *Understand the behavior of individual consumers;*
- *Knowing the specifics of buying behavior in industrial markets;*

- *Understand the applicability of knowledge about consumer behavior in the market analysis;*
- *Understand and frame the study of consumer behavior in marketing strategy and its implementation.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Blackwell, R., P. Miniard, e Engel, J. (2005), Consumer Behavior, 9ª Ed., Harcourt College Publishers;*
- *Hawkins, D., R. Best, e Coney, K. (2007), Consumer Behavior, 10ª ed, McGraw-Hill;*
- *Solomon, M. (2007), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 7ª ed, Prentice-Hall;*
- *Solomon, M. (2004), Consumer Behavior, 3ª ed, Prentice-Hall.*

### Mapa IX - Criatividade Publicitária/Creative Advertising

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Criatividade Publicitária/Creative Advertising*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Paulo Sérgio Ribeiro de Araújo Bogas*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Ana Carina Borrego Martins (T = 30h; PL=60h)*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Ana Carina Borrego Martins (T = 30h; PL=60h)*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- *Analisar e avaliar mensagens e campanhas publicitárias integradas na estratégia global de comunicação e de Marketing da Empresa;*
- *Conhecer e compreender as metodologias de criação publicitária;*
- *Criar e testar mensagens publicitárias.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *To analyze and evaluate messages and advertising campaigns integrated into the overall communication and Marketing strategy;*
- *To know and understand the methods of advertisement creation;*
- *To Build and test advertisements.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução*
  - *Objectivos e conteúdos da disciplina*
  - *Metodologia e Avaliação*
  - *A função criativa da Publicidade na estratégia global de Comunicação e de Marketing da empresa.*
- 2. Ferramentas de edição gráfica.*
  - *Ferramentas de desenho vectorial e de edição de imagem*
  - *Noções básicas de Adobe Illustrator e de digitalização.*
- 3. Campanha Publicitária e Processo criativo.*
  - *O desenvolvimento de uma campanha publicitária (do briefing à arte final)*
  - *O Copy Strategy, o Eixo Criativo e a Criatividade Estratégica.*
  - *O Processo Criativo.*
  - *A Avaliação das Campanhas.*
- 4. A mensagem publicitária.*
  - *Mensagem visual, audiovisual e áudio – componentes e conteúdos.*
- 5. Retórica da linguagem publicitária.*
  - *Do eixo ao conceito criativo*
  - *Métodos de Criatividade de Expressão*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. introduction*
  - *Aims and course content*
  - *Methodology and Evaluation*
  - *The creative function of the overall strategy Advertising and Marketing Communications company.*
- 2. Graphical editing tools.*
  - *Vector drawing tools and image editing*
  - *Basics of Adobe Illustrator and scanning.*
- 3. Campaign Advertising and Creative Process.*

- *The development of an advertising campaign (the brief to finished art)*
- *The Copy Strategy, the Axis and Creativity Creative Strategy.*
- *The Creative Process.*
- *Evaluation of Campaigns.*
- 4. *The advertising message.*
- *Message visual, audiovisual and audio - components and contents.*
- 5. *Rhetoric of advertising language.*
- *Of the axis to the creative concept*
- *Methods of Creativity Expression*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*A análise e avaliação de mensagens e campanhas publicitárias na estratégia global de comunicação e de Marketing da Empresa, é conseguida pela aquisição de conhecimentos teórico-práticos sobre as várias fases do processo: Briefing / Plano Criativo / Projecto / Planeamento de Meios / Avaliação. Para este objectivo os alunos irão desenvolver uma campanha que passa por todas estas fases, sobre a forma de role Play (Anunciante / Account / Criativo)*

*O desenvolvimento do projecto criativo (campanha publicitária) irá confrontar o aluno com a metodologia da criação publicitária e fazê-lo entender que a criatividade publicitária é um acto racional, planeado e todas as suas fases cuidadosamente sustentadas e pensadas.*

*Por último, o aluno, através de exercícios práticos, entenderá que a mensagem da campanha publicitária é trabalhada ao pormenor e todas decisões escritas ou verbais são escolhidas com objectivos muito definidos e nunca são deixadas ao acaso.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The analysis and evaluation of messages and advertising campaigns in the overall communications strategy and Marketing Company is achieved by the acquisition of theoretical and practical knowledge about the various stages of the process: Briefing / Creative Plan / Design / Media Planning / Assessment. To this end students will develop a campaign that goes through these stages using a role play activity (Advertiser / Account / Creative).*

*The development of the creative project (advertising campaign) confronts the student with the methodology of advertising creation and brings them understand that advertising creativity is a rational act, planned with all phases sustained and carefully thought out.*

*Finally, the students, through practical exercises, will understand that the message of the advertising campaign is crafted in detail and all written or oral decisions are chosen with very definite goals and are never left to chance.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- *Aulas teórico-práticas em anfiteatro e laboratório:*
- Utilização de método expositivo/participativo para introdução dos conceitos teóricos.*
- *Utilização de método participativo com análise de casos.*
- *Resolução de exercícios e desenvolvimento de projectos utilizando as TIC.*

#### *Avaliação*

1. *Trabalho de grupo com entrega repartida por três momentos distintos*
2. *Apresentação*
3. *Aula (exercícios de aula teórica e prática, participação, postura e assiduidade)*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

- *Lectures and laboratory activities:*
- Use of lecture method / participatory introduction to theoretical concepts.*
- *Use of participatory approach with case studies.*
- *Problem solving and development of projects using ICT.*

#### *Evaluation*

1. *Group work delivery in three distinct stages*
2. *Presentation*

### 3. Lecture (lecture exercises and practice, participation, attitude and attendance)

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A análise e avaliação de mensagens e campanhas publicitárias será feita recorrendo a meios auxiliares como apresentações audiovisuais, internet (youtube), e será desenvolvida em anfiteatro.*

*A análise de casos práticos será uma actividade participativa onde se pretende estimular a exposição de raciocínio e de argumentação.*

*A resolução de exercícios práticos, será em ambiente de laboratório e com recurso a programas de suporte gráfico e de desenho vectorial.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*The analysis and evaluation of messages and advertising campaigns is supported by audiovisual presentations, and internet (youtube).*

*The analysis of case studies will be a participatory activity which aims to boost reasoning and argument.*

*The resolution of practical exercises, will be in a lab environment and use of IT programs and graphics support for vector drawing.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Lendrevie, Jacques, Baynast, Arnaud de, Dionísio, Pedro, Rodrigues, Joaquim Vicente; *Publicitor - Comunicação 360º* online, offline, Publicações D. Quixote, 2010
- CASTRO, João Pinto; *Comunicação de Marketing*, Edições Sílabo, 2002
- WELLS, MORIARTY e BURNETT ; *Advertising: Principles and Practice*, Prentice Hall, 2006
- CARDOSO, Paulo Ribeiro ; *Estratégia Criativa Publicitária – Fundamentos e Métodos*, Edições Universidade Fernando Pessoa, 2000.

### Mapa IX - E-Business/E-Business

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*E-Business/E-Business*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Maria Dulce da Costa Matos e Coelho*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Horas semestrais:*

*Fernando José de Aires Angelino – curso GRH – 30h PL; curso GSI – 30h PL; GDL – 30h PL; GDLpl – 30h PL*

*Renato Argüelles Teixeira Morais – curso MKT – 60h PL; curso GDL – 30h PL*

*Rui Carlos Marques Alves – curso GDLpl – 30h PL*

*Sandrina Berthault Moreira – curso GRH – 15h T; curso GRHpl – 15h T e 30h PL; Curso GSI – 15h T; curso MKT – 15h T; GDL – 15h T; GDLpl – 15h T; Módulo Internacional – 45h TP*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Hours per Semester:*

*Fernando José de Aires Angelino – Degree course in GRH – 30h PL; Degree course in GSI – 30h PL; Degree course in GDL – 30h PL; Degree course in GDLpl – 30h PL*

*Renato Argüelles Teixeira Morais – Degree course in MKT – 60h PL; Degree course in GDL – 30h PL*

*Rui Carlos Marques Alves – Degree course in GDLpl – 30h PL*

*Sandrina Berthault Moreira – Degree course in GRH – 15h T; Degree course in GRHpl – 15h T; 30h PL; Degree course in GSI – 15h T; Degree course in MKT – 15h T; Degree course in GDL – 15h T; Degree course in GDLpl – 15h T; International Module – 45h TP*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*O negócio e comércio eletrónico são uma realidade presente em todos os momentos da vida empresarial, com implicações nas estratégias, no modo de gerir as empresas e em novas formas de fazer negócio, sendo que a rede das redes assume cada vez mais o papel de um dos principais veículos de negócios.*

*Deste modo, os principais objetivos da UC são:*

- Conhecer e compreender os conceitos e os princípios fundamentais de e-business;
- Apresentar e analisar de forma crítica novos modelos de negócio eletrónico;
- Analisar a inserção do e-business na perspetiva estratégica das organizações;
- Utilizar métodos, técnicas e ferramentas que permitam compreender e operacionalizar soluções de e-business.

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:



*E-business and e-commerce are present in everyday business activity, having important implications in strategy, how to manage and new ways of doing business, and the “network of networks” is increasingly assuming the role of one of the main engines for business.*

*Thus, the main objectives of the Curricular Unit are to:*

- *Know and understand the concepts and principles of e-business*
- *Present and critically analyze new models of e-business*
- *Analyze the strategic perspective of e-business for organizations*
- *Use methods, techniques and tools to understand and implement e-business solutions.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

##### **1. CONCEITOS FUNDAMENTAIS**

- *E-commerce, e-business, “e-economy”*
- *Evolução histórica do e-business*
- *Segmentos entre utilizadores online*
- *Produtos digitais e não-digitais*
- *Análise SWOT*
- *Principais tipos de comércio eletrónico*
- *Realidade portuguesa sobre e-commerce*
- *Estádios de desenvolvimento de um sítio de e-commerce*

##### **2. NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO ELETRÓNICO**

- *Conceitos e principais novos modelos de negócio*
- *Principais modelos de negócio B2C e B2B*

##### **3. IMPORTÂNCIA DA ESTRATÉGIA**

- *Fases de evolução do e-business*
- *Modelo cinco forças e modelo estratégias genéricas (Porter)*
- *Influência da Internet na estrutura da indústria e na vantagem competitiva*
- *Importância das estratégias multicanal*
- *Aplicações, objetivos e vantagens do CRM*
- *Ferramentas de comunicação de marketing online*
- *Aspetos relacionados com a segurança*
- *Principais meios de pagamento eletrónicos*

##### **4. ASPETOS LEGAIS DO COMÉRCIO ELETRÓNICO**

- *Questões jurídicas mais relevantes*

##### **5. ANÁLISE SÍTIOS WEB.**

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

##### **1. FUNDAMENTAL CONCEPTS**

- *E-commerce, e-business, “e-economy”*
- *Historical evolution of e-business*
- *Online behavioural consumer segments*
- *Digital and non-digital products*
- *SWOT analysis*
- *Main types of e-commerce*
- *Portuguese experience of e-commerce*
- *Development phases of an e-commerce website*

##### **2. NEW MODELS OF E-BUSINESS**

- *Concept and main types of new e-business models*
- *Main B2B and B2C business models*

##### **3. STRATEGY AND E-BUSINESS**

- *E-Business evolution*
- *Generic strategies model and five forces model (Porter)*
- *Internet and Web influence on the industry structure and business strategy*
- *Importance of multi-channel strategies*
- *CRM applications, objectives and advantages*
- *Online marketing communications tools*
- *Main aspects related to security*
- *Main types of electronic payments*

##### **4. LEGAL FRAMEWORK OF E-COMMERCE**

- *Main legal aspects of e-commerce*

##### **5. WEB SITE ANALYSIS.**

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos da unidade curricular.**

*A UC visa abordar o e-business numa perspetiva de gestão, sobretudo as implicações nas estratégias, no modo de gerir as empresas e de fazer negócios, pelo que os conteúdos programáticos estão de acordo com os objetivos da UC.*

*Assim, para satisfazer o primeiro objetivo, é primeiramente feita uma introdução aos conceitos fundamentais. No sentido de apresentar e analisar de forma crítica novos modelos de negócio eletrónico, são abordados os*

*principais modelos de e-business, assim como o CRM, ferramentas de comunicação de marketing online, aspetos relacionados com a segurança e questões jurídicas relevantes. Para analisar o e-business na perspetiva estratégica das organizações, são sobretudo discutidas a influência da Internet na estrutura da indústria e na vantagem competitiva, assim como a importância das estratégias multicanal. A UC proporciona ainda o conhecimento de métodos, técnicas e ferramentas que permitam compreender e operacionalizar soluções de e-business.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The Curricular Unit aims to address e-business from a management perspective, especially its implications for strategies, how to manage and do business; so the syllabus is coherent with the Curricular Unit objectives.*

*Thus, to understand the concepts and principles of e-business, we first introduce the fundamental concepts. In order to present and critically analyze new e-business models, we discuss the main e-business models, as well as Customer Relationship Management, online marketing communication tools, and various aspects related to security and legal issues. To analyze e-business from a strategic perspective, we discuss the influence of the Internet on industry structure and competitive advantage, as well as the importance of multi-channel strategies. The Curricular Unit also provides knowledge of methods, techniques and tools to understand and operationalize e-business solutions.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A UC está estruturada em torno de aulas teóricas, nas quais se procura familiarizar os estudantes com o corpo e instrumental teórico da área disciplinar e aulas práticas, assentes no desenvolvimento de trabalhos e estudo de casos, que proporcionem a consolidação dos conhecimentos e desenvolvam competências para a aplicação e saber-fazer.*

*Ao passo que nas aulas teóricas se privilegia a utilização de métodos expositivo e participativo, nas aulas práticas predomina o método participativo em que se procura articular entre diferentes modalidades de trabalho (estudo individual e trabalho colaborativo) que proporcionem a criação de diferentes situações formativas.*

*A avaliação contínua inclui um teste escrito, individual, e a realização em grupo de trabalhos práticos e discussão de estudos de caso, sujeitos a apresentação e discussão. A avaliação final consiste na realização de um exame escrito, individual.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The Curricular Unit is structured around lectures, which familiarize students with the theoretical body of the Curricular Unit, and practical, based on practical work and case studies that provide consolidation of knowledge and develop skills of application and know-how.*

*While the lectures favour the use of the exposition and participation method, practical lessons seek to coordinate between different work modalities (individual study and collaborative work) that create different training situations.*

*Continuous assessment includes an individual written test, group work and discussion of case studies, subject to presentation and discussion. The final assessment consists of an individual written exam.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino estão de acordo com os objetivos de aprendizagem da UC, na medida em que nas aulas teóricas, através de métodos expositivo e participativo, se procura familiarizar os estudantes com os conceitos fundamentais da área disciplinar, para que os estudantes reconheçam os conceitos e os princípios fundamentais de e-business e apresentem e analisem de forma crítica novos modelos de negócio eletrónico, bem como analisem o e-business na perspetiva estratégica das organizações.*

*Por outro lado, as aulas práticas, que privilegiam o método participativo e assentam no desenvolvimento de trabalhos e estudo de casos, procuram consolidar os conhecimentos e desenvolver competências para a aplicação e saber-fazer, contribuindo para a compreensão e utilização de métodos, técnicas e ferramentas que permitam entender e operacionalizar soluções de e-business.*

*Deste modo, a Unidade Curricular contribui para o desenvolvimento das seguintes competências:*

- *Desenvolver competências de análise e diagnóstico crítico como potenciadores de novas soluções;*
- *Contribuir para o domínio das habilidades relativas à efetiva comunicação e expressão oral e escrita;*
- *Desenvolver a capacidade de tomar decisões de modo autónomo e de resolução de problemas de forma integradora;*
- *Desenvolver uma atitude de aprendizagem permanente, localizar a informação e beneficiar da formação contínua;*
- *Refletir e atuar criticamente, compreendendo a sua posição e função na estrutura da organização;*
- *Analisar e contribuir para a criação de sítios Web, assim como apresentar sugestões de melhoria dos mesmos;*

- *Analisar informações que contribuam para definir o posicionamento estratégico de um negócio, em particular de negócio eletrónico.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*The teaching methodologies are consistent with the learning outcomes of the Curricular Unit; for in the theoretical classes, through lecture and participatory approaches, students become familiarized with the fundamental concepts of the discipline, recognize the concepts and principles of e-business and present and critically analyze new e-business models, and analyze e-business from the strategic perspective of organizations.*

*While practical lessons emphasize the participation method, based on the development of papers and on case studies, seek to consolidate knowledge and develop skills for implementation and know-how, contributing to the use of methods, techniques and tools to understand and implement e-business solutions.*

*Thus, the Curricular Unit contributes to the development of the following skills:*

- *critical analysis and diagnosis to enhance new solutions*
- *effective communication and oral and written expression*
- *to integrate independent decision-making and problem-solving*
- *develop an attitude of lifelong learning, locating the information and benefit from training*
- *reflect and act critically, from their position and function in the organizational structure*
- *review and contribute to the creation of websites, as well as make suggestions for improving these*
- *analyze information to help define the strategic positioning of a business, particularly in e-business.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*ANACOM (2004), O Comércio Electrónico em Portugal - O Quadro Legal e o Negócio, Autoridade Nacional de Comunicações*  
*Ferreira, R. e Cunha, C. (2006), Estratégia e Negócio Electrónico, Sociedade Portuguesa de Inovação.*  
*Gouveia, L. (2006), Negócio Electrónico: Conceitos e Perspectivas de Desenvolvimento, Sociedade Portuguesa de Inovação.*  
*Laudon, K. C. e Traver, C. (2011), E-Commerce 2012, 8th Edition, Prentice Hall.*  
*Magalhães, H. e Grilo, A. (2006), A Segurança Informática e o Negócio Electrónico, Sociedade Portuguesa de Inovação.*  
*Porter, M. (2001), "Strategy and the Internet", Harvard Business Review, pp 60-79.*

### Mapa IX - Legislação de Marketing/ Marketing Law

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Legislação de Marketing/ Marketing Law*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*José Manuel Matos Pereira; 30T+30P*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Não aplicável.*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Not applicable.*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Conhecer as principais leis que regulam aspectos do marketing.*

*- Promover a compreensão da importância do Direito como parte da actividade de marketing;*

*- Conhecer e compreender:*

*a) as principais Leis que envolvem o marketing,*

*b) os diferentes ramos do Direito envolvidos e o enquadramento legal das acções e eventos de marketing;*

*- Enquadrar o Direito nas actividades de Marketing;*

*- Pesquisar, analisar e interpretar a legislação com impacto nas actividades de marketing.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Know the laws of marketing.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1 – NOMES FIRMAS E DENOMINAÇÕES na CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS

2 – CONCORRÊNCIA

3 – LEGISLAÇÃO DO CONSUMO

4 – BARREIRAS TÉCNICAS e CLÁUSULAS CONTRATUAIS GERAIS

5 – CONTRATOS COMERCIAIS E CONTRATOS DE DISTRIBUIÇÃO

6 – LEI DAS SONDAGENS E ESTUDOS DE MERCADO

7. – LEI DA PUBLICIDADE

8 – MECENATO e Estatuto dos Benefícios Fiscais

9- LEIS DA PROTECÇÃO DE DADOS PESSOAIS

10 – CÓDIGO DE DIREITOS DE AUTOR

11- CÓDIGO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

12- LEI DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO

13- CÓDIGO DA CONTRATAÇÃO PÚBLICA.

**6.2.1.5. Syllabus:**

*Laws of company creation, brand, competition, consumers rights, technical barriers, distribution contracts, advertising, sponsorship, copyright, intelectual property, electronic commerce, public procurement contracts.*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Estudam-se as principais leis que dizem respeito às actividades de marketing.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Study of the main laws respecting the marketing activities.*

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

*Análise das leis e questões com elas relacionadas.*

*Análise de Legislação e sensibilização para as fontes de informação jurídica mais relevantes disponíveis na internet.*

*Avaliação contínua*

*A avaliação de conhecimentos é constituída por:*

- Realização de 1 teste escrito individual com consulta de legislação
- Nota Final 10. Se a nota for inferior a 10 valores, o aluno terá que realizar a avaliação final.

*Avaliação final*

*Existem três épocas de avaliação final:*

*A avaliação é constituída por Exame Escrito individual.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Law and main marketing questions analysis.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Estudam-se as principais leis que dizem respeito às actividades de marketing.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Study of the main laws respecting the marketing activities.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

[www.dre.pt](http://www.dre.pt)

[www.consumidor.pt](http://www.consumidor.pt)

[www.portaldaempresa.pt](http://www.portaldaempresa.pt)

[www.anacom.pt](http://www.anacom.pt)

- *Legislação a retirar de sites Internet de*

- *Código Civil (qualquer edição, desde que simples – legislação não anotada – e actualizada)*

[www.concorrencia.pts](http://www.concorrencia.pts)

[www.cnpd.pt](http://www.cnpd.pt)

*J.Matos Pereira; Colectânea de Legislação de Marketing, Fotocopiada, 2010*

## Mapa IX - Marketing Industrial/Industrial Marketing

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Marketing Industrial/Industrial Marketing*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Fernanda Maria de Jesus Andrade; horas semestrais: curso MKT – 30h T; 30h P*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Não aplicável.*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Not applicable.*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- ☐ *Consciencializar os alunos para importância e aplicabilidade crescente do marketing Business to Business;*
- ☐ *Identificar as particularidades do Marketing Business to Business;*
- ☐ *Compreender o relacionamento Business to Business;*
- ☐ *Estabelecer estratégias e planos de Marketing em mercados Business to Business;*
- ☐ *Perceber as novas perspectivas que se abrem com as ferramentas digitais;*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*On successful completion of the course the student is able to:*

- ☐ *discuss the importance and applicability in Marketing Business to Business;*
- ☐ *understand the nature and the specific of Business to Business Marketing ;*
- ☐ *trace strategies and marketing plans in Business to Business Marketing;*
- ☐ *recognize and understand the new approach in the digital technologies.*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Conceito e caracterização do Marketing Business to Business*
- 2. Os mercados Business to Business*
  - 2.1 O Procurement*
  - 2.2 Construção de relações Business to Business*
  - 2.3 Comportamento do Consumidor Organizacional*
- 3. O Marketing Estratégico em mercados Business to Business*
  - 3.1 Oportunidades do Mercado*
  - 3.2 Segmentação de mercados B2B*
- 4. O Marketing Operacional em mercados Business to Business*
  - 4.1 Política do Produto*
  - 4.2. Política de Preço*
  - 4.3 Política de Comunicação*
  - 4.4 Gestão das Forças de Vendas*
- 5. Business to Business branding*
  - 5.1 As Marcas no B2B*
  - 5.2 Criação e Desenvolvimento das Marcas*
- 6. Business to Business E-marketplaces*
  - 6.1 Desenvolvimento do E-marketplace*
  - 6.2 Estratégias de E-marketplace*
- 7. O futuro do Business to Business*
  - 7.1 Filosofia do Marketing*
  - 7.2 Tendências do Mercado*

### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Concept and characterization of Business to Business Marketing*
- 2. Business to Business markets*
  - 2.1 Procurement*
  - 2.2 Building Business to Business relationships*
  - 2.3 Behaviour of the Organizational Consumer*
- 3. Strategy Marketing in Business to Business markets*

- 3.1 Market opportunities
- 3.2 Segmentation of markets B2B
- 4. Operational Marketing in Business to Business markets
- 4.1 Product policy
- 4.2. Price policy
- 4.3 Communication policy
- 4.4 Management of Sales Force
- 5. Business to Business branding
- 5.1 Brands in B2B
- 5.2 Development and creation of Brands
- 6. Business to Business E-marketplaces
- 6.1 E-marketplace development
- 6.2 E-marketplace strategies
- 7. Business to Business
- 7.1 Marketing's philosophy
- 7.2 Market tendencies

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*O conteúdos programáticos pretendem alcançar os objectivos propostos. Assim a importância e as especificidades do Marketing Business to Business são explicadas no primeiro ponto do programa. Quanto à percepção, à importância e à Gestão do Relacionamento, estas temáticas estão compreendidas principalmente no ponto dois e três. O desenvolvimento da Estratégia é tratado no ponto três, quatro e cinco. O último objectivo integra-se nos restantes pontos do programa e centra-se no futuro dos mercados.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The programme contents intend to achieve the outcomes purposed. Importance and specifics of Business to Business marketing is explained in the first point of the programme. Understanding Relationship Importance and Management correspond mainly to point two and three. The development of Strategy refers to point three, four and five. The last outcome corresponds to the last points of the programme as they refer to the future of markets.*

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

- Método expositivo-participativo na apresentação dos conceitos teóricos
  - Método de resolução e discussão de casos, resolução de exercícios, trabalho em grupo.
- A avaliação será realizada ao longo do semestre, compreendendo:*  
*Teste*  
*Trabalho de Grupo*  
*Apresentação Individual*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

- Lecture-participatory method is used for the presentation of theoretical concepts.
  - Resolution and discussion of cases, problem solving and team work.
  - The evaluation will be semi-annual and is supported in:
- Written test*  
*Group Work*  
*Individual Presentation*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias propostas focam-se no papel do professor como mediador do desenvolvimento de competências nos estudantes por aprender a aprender. Através da resolução de exercícios e casos, os estudantes aplicam e desenvolvem conhecimento e outras competências como: trabalho em equipa, capacidade para resolver problemas e iniciativa, bem como o sentido crítico. Nas aulas teóricas os estudantes aprendem os conceitos base mas também são encorajados a participar activamente. Os estudantes fazem apresentações baseados na pesquisa autónoma, promovendo o desenvolvimento de capacidades de comunicação, auto-confiança e trabalho autónomo.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The proposed methodologies focus on the role the professor as facilitator developing students competences by learning by doing. So through the resolution of exercises and cases, the students apply and develop knowledge and also other competences and skills such as: working in teams, the capacity to solve problems and use of their initiative, as well as critical sense. In theoretical lessons students learn the main concepts but are also encouraged to participate actively. Students make presentations based on their own research, which develops communicative capacities, self reassurance and autonomy.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Hutt, M. D. (2007). Business Marketing Management B2B. South Western College.*

*Morris, M. H. (2001). Business-to-Business Marketing: A Strategic Approach. Sage*  
*Dwyer, F. R. (2007). Marketing Industrial Conexión entre la Estrategia, Las Relaciones y el Aprendizaje. McGraw-Hill.*

## Mapa IX - Planeamento de Marketing/Marketing Planning

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Planeamento de Marketing/Marketing Planning*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Paulo Duarte Valente Almeida da Silveira; Horas semestrais: curso MKT - 30h T; 30h P*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*- Tânia Sabrina Soares Martins Reigadinha - curso MKT - 30h P*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*- Tânia Sabrina Soares Martins Reigadinha - MKT - 30h P*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*A UC procura desenvolver a capacidade de proceder a uma análise estratégica e operacional do Marketing e que se traduza na elaboração de um Plano de Marketing.*

*Pretende-se que os estudantes sejam capazes de:*

- *Elaborar um plano de marketing*
- *Conduzir um processo de planeamento de marketing*
- *Dominar e saber aplicar ferramentas de análise relacionadas com a gestão de marketing*

*A par dessas competências específicas, também se procura:*

- *Fomentar a criatividade e inovação*
- *Estimular a capacidade de reflexão e análise crítica*
- *Desenvolver a capacidade de resolução de problemas e de tomada de decisão*
- *Desenvolver competências de apresentação, expressão oral e escrita (de vocabulário geral e técnico).*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*This course seeks to develop the ability to carry out a strategic and operational Marketing analysis, resulting in the development of a Marketing Plan.*

*It is intended that students are able to:*

- *Develop a marketing plan*
- *Conduct a marketing planning process*
- *Master and learn to apply analytical tools related to marketing management*

*Along with these specific skills, it also seeks to:*

- *Foster creativity and innovation*
- *Develop the ability to stimulate reflection and critical analysis*
- *Develop the ability to solve problem solving and decision make*
- *Develop presentation skills, oral and written expression (general and technical vocabulary).*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

#### *I- CONCEITOS FUNDAMENTAIS*

- 1. Marketing estratégico e marketing operacional*
- 2. Relação entre plano e planeamento de marketing*
- 3. Benefícios e limitações do planeamento*
- 4. Tipos de planos de marketing*
- 5. Estrutura/Componentes do plano de marketing*
- 6. Fases do planeamento de marketing*
- 7. Controlo/métricas/KPIs*

#### *II- FASES DO PLANEAMENTO DE MARKETING*

- 1. Diagnóstico do macroambiente*
- 2. Diagnóstico do mercado e concorrência*
- 3. Diagnóstico interno*
- 4. Definição de objectivos de marketing*
- 5. Definição das estratégias globais de marketing*
- 6. Definição/decisões estratégicas e operacionais de produto*
- 7. Definição/decisões estratégicas e operacionais de comunicação*
- 8. Definição/decisões estratégicas e operacionais de preço*

9. Definição/decisões estratégicas e operacionais de distribuição comercial
10. Calendarização, Orçamentação e Controlo

#### 6.2.1.5. Syllabus:

##### *I-FUNDAMENTAL CONCEPTS*

1. Strategic marketing and operational marketing
2. Relationship between planning and marketing plan
3. Benefits and limitations of planning
4. Types of marketing plans
5. Structure/Components of a marketing plan
6. Stages in marketing planning
7. Control/metrics/KPIs

##### *PHASE-II MARKETING PLANNING*

1. Diagnosis of the macroenvironment
2. Diagnosis of the market and competition
3. built-in Diagnostics
4. Setting marketing objectives
5. Definition of global marketing strategies
6. Definition / strategic and operational decisions Product
7. Definition / strategic and operational communication
8. Definition / strategic and operational decisions Price
9. Definition / strategic and operational decisions for commercial distribution
10. Scheduling, Budgeting and Control

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*A coerência entre os objectivos e conteúdos é demonstrada através das seguintes correspondências:*

- *proceder a uma análise estratégica e operacional do Marketing - conteúdos II.1, II.2 e II.3 (ie, conteúdos onde se abordam o diagnóstico da envolvente de marketing)*
- *que se traduza na elaboração de um Plano de Marketing – conteúdos I. 1 a I. 7 (ie, conteúdos de introdução elementar ao planeamento de marketing) e II.4, II.5, II.6, II.7, II.8, II.9 e II.10 (ie, conteúdos da definição estratégica, tática e operacional possíveis num plano de marketing, incluindo calendarização, orçamentação e controlo).*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The consistency between the objectives and syllabus is demonstrated by the following correspondences:*

- *“Conducting a strategic and operational marketing” - syllabus II.1, II.2 and II.3, (ie, syllabus addressing the diagnosis of the marketing environment)*
- *“Conducting to the development of a Marketing Plan” - syllabus I. 1 to I. 7 (ie, contents of elementary introduction to marketing planning) and II.4, II.5, II.6, II.7, II.8, II.9 and II.10 (ie defining strategic, tactical and operational marketing plan, including scheduling, budgeting and control).*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Nas aulas teóricas utiliza-se o método expositivo pelo docente, procurando-se também incentivar a participação activa dos estudantes. São também utilizados diversos exemplos empresariais. Nas aulas práticas são lançados e discutidos casos práticos (alguns casos da Harvard Business Press, em inglês) e desafios empresariais, acompanhando-se também o trabalho de grupo. As aulas da UC são ainda suportadas através da plataforma Moodle.*

##### *Avaliação contínua:*

*50% Trabalho de Grupo (TG com relatório e apresentação) + 30% Casos/Exercícios Resolvidos nas Aulas Práticas (EXE) + 20% Teste (T)*  
*Cada um desses componentes necessita de ser positivo para se obter aprovação (RTG >=10, ATG>=10, EXE>=10, T>=10)*

*Existe nível mínimo de assiduidade para ser aprovado em Avaliação Contínua: >=2/3 das aulas*

##### *Avaliação final*

*100% Exame escrito*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*In the lectures we use the lecture method for teaching, seeking to also encourage the active participation of students. Several business examples are also used in lectures.*

*Practical classes introduce and discuss case studies (some cases from Harvard Business Press, in English) and business challenges. During practical classes the group report is also accompanied.*

*Both lectures and practical classes are supported by Moodle.*

##### *Continuous assessment:*

*50% Work Group (TG with report and presentation) + 30% Cases / Solved Exercises in Practical Classes (EXE) + 20% Test (T)*



*Each of these components need to be positive to obtain approval (RTG>= 10, ATG>= 10, EXE>= 10, T>= 10)  
There is a minimum level of attendance to be approved in Continuous Assessment:>= 2/3 class*

*final evaluation  
100% written exam*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A UC recorre a metodologias de ensino e aprendizagem que fomentam a relação entre docente e estudante (ie, estimulação da participação e aulas práticas com discussão de casos). Alguns dos casos das aulas práticas são casos de Harvard, pelo que seguem metodologias “provadas” no ensino da gestão/marketing. Privilegia-se também o trabalho autónomo e de pesquisa/descoberta através da realização do trabalho de grupo final. O trabalho de grupo implica o contacto directo com a realidade prática de uma empresa, realizando um plano de marketing global ou sectorial para a mesma. A existência de apresentações grupais fomenta a capacidade de exposição, argumentação e o trabalho em equipa.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*This course uses for teaching and learning, methodologies that foster the relationship between teacher and student (ie, stimulation of participation and practical lessons with discussion of cases). Some cases studies are Harvard Business cases, with "proven" methodologies in the teaching of management / marketing. The focus is on autonomous work and search/discovery through the completion of a group report. Group work involves direct contact with the practical reality of a company, performing a comprehensive marketing plan. The group presentations foster exposure capability, reasoning and teamwork.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- NUNES, João Coelho; CAVIQUE, Luís; *Plano de Marketing - estratégia em acção*, 2ªed., Publicações Dom Quixote, 2008
- Tracy International; *Manual Prático de Marketing, Exame*, 1994

### **Mapa IX - Análise Financeira/Financial Analysis**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Análise Financeira/Financial Analysis*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Ana Paula Peixoto Guedes; CF 30h T; MKT 30h T; GDL 30h T; GRH 30h T; GRH 60h PL.*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Sidalina Maria dos Santos Gonçalves (90 horas)  
Horas semestrais: curso CF – 30h PL; curso CFN – 30h T + 30h PL  
Paulo Manuel Monteiro Alexandre (90 horas)  
Horas semestrais: curso GRHpl – 30h T; curso GDLpl – 30h T + 30h PL  
Rodrigo Martins (30 horas)  
Horas semestrais: GDLpl – 30h PL  
Maria Teresa Candeias Godinho Henriques (90 horas)  
Horas semestrais: CF – 30h PL; MKT – 60h PL  
José Gomes (60 horas)  
Horas semestrais: GDL – 60h PL  
Fernando Almeida (60 horas)  
Horas semestrais: CFN – 30h PL; GRH – 30h PL  
Paulo Alves (60 horas)  
Horas semestrais: GRHpl – 60h – PL  
Carla Picaró (30 horas)  
Horas semestrais: GRHpl – 30h - PL*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Sidalina Maria dos Santos Gonçalves (90 hours)  
Hours per semester: degree course in CF – 30h PL; degree course in CFN – 30h T + 30h PL  
Paulo Manuel Monteiro Alexandre (90 hours)  
Hours per semester: degree course in GRHpl – 30h T; degree course in GDLpl – 30h T + 30h PL  
Rodrigo Martins (30 hours)  
Hours per semester: degree course in GDLpl – 30h PL  
Maria Teresa Candeias Godinho Henriques (90 hours)  
Hours per semester: degree course in CF – 30h PL; degree course in MKT – 60h PL  
José Gomes (60 hours)  
Hours per semester: degree course in GDL – 60h PL*

*Fernando Almeida (60 hours)*

*Hours per semester: degree course in CFN – 30h PL; degree course in GRH – 30h PL*

*Paulo Alves (60 hours)*

*Hours per semester: degree course in GRHpl – 60h PL*

*Carla Picaró (30 hours)*

*Hours per semester: degree course in GRHpl – 30h PL*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- *Enquadrar a Análise Financeira na organização.*
- *Aprender a seleccionar as informações necessárias aos trabalhos de análise financeira.*
- *Estabelecer o equilíbrio financeiro no curto, médio e longo prazo.*
- *Saber analisar a liquidez, solvabilidade, rentabilidade, produtividade, “cash-flow” e auto financiamento.*
- *Elaborar o orçamento de tesouraria e financeiro.*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

- *A framework for the Financial Analysis in the organization.*
- *Learn to select the information necessary for the work of financial analysis.*
- *Establish the financial balance in the short, medium and long term.*
- *Learn to analyze the liquidity, solvency, profitability, productivity, "cash flow" and auto financing.*
- *Prepare a cash budget and finance.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. *Enquadramento e Objectivos*
  - 1.1. *A Empresa e a organização*
  - 1.2. *O conceito de gestão, análise e função financeira*
  - 1.3. *Origens e aplicações*
  - 1.4. *Seleccionar as informações pertinentes para a Análise Financeira*
  - 1.5. *Estudo do Balanço Financeiro*
2. *Equilíbrio Financeiro*
  - 2.1. *Conceitos básicos*
  - 2.2. *Fundo de maneio, necessidades de fundo de maneio e tesouraria líquida*
  - 2.3. *Regra do equilíbrio financeiro mínimo*
3. *Indicadores*
  - 3.1. *Económicos*
  - 3.2. *Financeiros*
  - 3.3. *Outros Indicadores*
    - 3.3.1. *Ponto Crítico*
    - 3.3.2. *Alavanca Operacional*
    - 3.3.3. *Margem de Segurança*
    - 3.3.4. *VAB*
4. *Financiamento*
  - 4.1. *Gestão financeira de curto, médio e longo prazo*
  - 4.2. *Interpretar “cash-flow” e auto financiamento*
5. *Orçamentos*
  - 5.1. *Orçamento de tesouraria*
  - 5.2. *Orçamento financeiro*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

1. *Background and Objectives*
  - 1.1. *The Company and the organization*
  - 1.2. *The concept of management, financial analysis and function*
  - 1.3. *Origins and applications*
  - 1.4. *Select the relevant information for Financial Analysis*
  - 1.5. *Study of the Balance Sheet*
2. *Financial Balance*
  - 2.1. *Fundamentals*
  - 2.2. *Working capital needs for working capital and net cash*
  - 2.3. *Rule of the minimum financial balance*
3. *Indicators*
  - 3.1. *economic*
  - 3.2. *financial*
  - 3.3. *other Indicators*
    - 3.3.1. *Critical Point*
    - 3.3.2. *Operating lever*
    - 3.3.3. *Margin of Safety*
    - 3.3.4. *GVA*
4. *financing*

- 4.1. *Financial management of short, medium and long term*
- 4.2. *Interpret "cash flow" and self-financing*
- 5. *budgets*
- 5.1. *Cash budget*
- 5.2. *financial budget*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Nesta unidade curricular, pretende-se evidenciar a importância da Análise Financeira na gestão global e operacional da empresa. Com esse objectivo, a apresentação dos conceitos fundamentais e das técnicas a aplicar são essenciais para a verificação dos princípios do equilíbrio financeiro. Os contributos para o desenvolvimento de competências são:*

- *Compreensão organizacional no enquadramento da função financeira.*
- *Compreensão do funcionamento específico da vertente financeira nas organizações.*
- *Compreensão sobre a importância para as organizações da sua imagem financeira.*

*É importante desenvolver capacidades de agir relacionadas com o desempenho económico e financeiro das organizações e saber utilizar métodos, técnicas e ferramentas que permitam analisar a situação das mesmas. O objetivo final é apurar conclusões e reconhecer a sua influência na tomada de decisões relativas ao futuro das organizações.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*This course is intended to highlight the importance of financial analysis in decision making, both in terms of overall and operational management. With this objective, the presentation of fundamental concepts and techniques to be applied, are essential for the verification of the principles of financial equilibrium. The contributions to the development of skills are:*

- *Understanding the organizational framework of the financial function.*
- *Understanding the specific functioning of the financial aspect in organizations.*
- *Understanding the importance for organizations of their financial picture.*

*It is important to develop capacities to act relating to economic performance and financial organizations, as well as develop skills in the use of methods, techniques and tools to analyze the situation of same. The final goal is to get to conclusions and to recognize its influence in decision making concerning the future of organizations.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Aulas teóricas - método expositivo para introdução dos conceitos teóricos; método participativo para reflexão sobre os conteúdos. Aulas práticas - métodos expositivo e participativo com resolução de exercícios.*

*Avaliação de conhecimentos: Resposta escrita a cinco questões teóricas – Ponderação de 1 (um valor) e um peso de 5%; cada resposta tem a ponderação de 0,2 (0,2 valores) e um peso de 1%. Resolução e entrega de cinco exercícios práticos – Ponderação de 1 (um valor) e um peso de 5%; cada exercício tem a ponderação de 0,2 (0,2 valores) e um peso de 1%. Realização de dois Testes escritos individuais: 1.º Teste – ponderação mínima de oito valores e um peso de 30%; 2.º Teste - ponderação mínima de dez valores e um peso de 60%.*

*Nota Final = 0,05 das questões teóricas + 0,05 dos exercícios práticos + 0,30 do 1º Teste + 0,60 do 2º Teste. Se o resultado for inferior a 10 valores, não existirá aprovação.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Lectures: The use of lecture method to introduce the theoretical concepts, and the participatory method for reflection on the contents.*

*Practicals: Use of expository and participatory methods for problem solving.*

*Assessment of knowledge:*

- *Submission of written answers to five questions - Weighting of 1 (a value) and a weight of 5%, each response weighting of 0.2 (0.2 points) and a weight 1%.*
- *Resolution and delivery of five practical exercises - Weighting of 1 (a value) and a weight of 5%, each have a weighting of 0.2 (0.2 values) and a weight of 1%.*
- *Conducting two written individual tests:*

- *The first one, must be over 8 (eight points) and has a weight of 30%;*
- *The second one, must be over 10 (ten points) and has a weight of 60%.*

*Approval = 0.05 + 0.05 theoretical questions and exercises + 0.30 1st Test + 0.60 2nd Test*

*If the final note of the ongoing evaluation is less than 10 values, there is no approval.*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A seleção das metodologias de ensino é feita com base nos objetivos de aprendizagem da unidade curricular, pelo que se articula aulas teóricas e aulas práticas. As primeiras facilitam a exposição e a compreensão dos conceitos teóricos e permitem a discussão sobre os vários temas; as segundas procuram operacionalizar os conceitos e baseiam-se em práticas de resolução de problemas.*

*Ao longo de vários semestres, temos verificado que as aulas teóricas de 2 horas são mais bem aproveitadas pelos alunos por a matéria leccionada em Análise Financeira ser encadeada e onde as aulas de 2 horas permitem fazer uma relação mais sólida com os elementos leccionados nas aulas anteriores.*

*No caso das aulas práticas, muitos dos exercícios práticos necessitam mais de 1 hora para serem resolvidos,*

*pelo que as aulas de 2 horas permitem não interromper a sua resolução e todo o raciocínio inerente. Para além dos 2 testes de avaliação, a introdução de perguntas nas aulas teóricas que contam para a avaliação contínua, conduz a uma maior presença e participação nas aulas, o que facilita a compreensão dos conceitos e a interiorização dos conhecimentos. Por outro lado, a componente dos exercícios práticos que os alunos devem fazer em casa e que fazem também parte da avaliação contínua, prepara-os para situações práticas que terão que resolver nos testes.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The selection of teaching methods is based on learning objectives of the course, which articulates the theoretical and practical classes. The first ones, exposure and facilitate understanding of theoretical concepts and allow for discussion on various topics; the latter ones, seeking to operationalize the concepts and practices based on problem solving.*

*Over several semesters, we have found that 2 hours of theoretical classes are best used by the students, because the material taught in Financial Analysis is linked, and the lessons of 2 hours allow a solid relationship with the elements taught in previous lessons .*

*In the case of practical classes, many of the exercises require more than one hour to resolve, so the lessons of 2 hours does not allow interrupting its resolution and all reasoning inherent.*

*In addition to the two evaluation tests, the introduction of the theoretical questions that count toward continuous assessment, leads to a greater presence and participation in class, which facilitates the understanding of the concepts of knowledge and interiorization. On the other hand, the component of the exercises that students must do at home and that are also part of continuous assessment, prepare them for practical situations that they will have to solve in the tests.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Essencial:*

- CARVALHO, C. N., MAGALHÃES, G. (2003), *Análise Económico-Financeira de Empresas*, Lisboa, Universidade Católica Editora.
- MARTINS, A. (2004), *Introdução à Análise Financeira de Empresas*, 2ª ed. Porto, Vida Económica.
- NEVES, J. C. (2004), *Análise Financeira, Vol. I - Técnicas Fundamentais*, 15ª ed. Cacém, Texto Editora.

*Complementar:*

- HORNGREN, C. T., SUNDEM, G. L., e ELLIOTT, J. A. (2006), *Introduction to Financial Accounting, Eight Edition*, Prentice-Hall International Editions.
- MENEZES, H. C. (1995), *Princípios de Gestão Financeira*, Lisboa, Editorial Presença.
- PEYRARD, J. (1992), *Gestão Financeira com Exercícios*, Publicações Dom Quixote.
- SANTOS, A. F. (1994), *Análise Financeira – Conceitos, Técnicas e Aplicações*, Lisboa, INIEF

### **Mapa IX - Comunicação Gráfica/Graphic Communication**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Comunicação Gráfica/Graphic Communication*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Susana de Campos Brito Galvão (45 horas)*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Graça Miranda Fernandes Penteado (45 horas)*

*Horas semestrais: curso MKT - 45 h TP*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Graça Miranda Fernandes Penteado (45 horas)*

*Hours per semester: Degree course in MKT - 45 h TP*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- *Compreender a relevância de um programa de imagem e identidade corporativa na adaptação das empresas ao mercado global;*
- *Conhecer e compreender a marca gráfica enquanto representação da identidade visual das organizações, produtos e serviços;*
- *Desenvolver capacidade prática de análise e avaliação de programas de identidade corporativa e aplicação dos conceitos base de comunicação gráfica integrados num programa de identidade visual corporativa;*
- *Dominar ferramentas informáticas de edição gráfica.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

- *Understand the relevance of a program of corporate image and identity in the adaptation of enterprises to the global market;*
- *To know and understand the brand as a graphical representation of the visual identity of organizations, products and services;*
- *Develop practical capacity of analysis and evaluation of corporate identity and application of basic concepts of graphic communications integrated into a corporate branding program;*
- *Mastering tools for editing graphics.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. INTRODUÇÃO
2. EDIÇÃO GRÁFICA
  - O suporte digital
  - As ferramentas de edição electrónica
  - Noções básicas de CorelDraw e de digitalização
3. ELEMENTOS BASE DA LINGUAGEM VISUAL
  - A forma
  - Famílias tipográficas e anatomia do tipo
  - A dimensão da cor – a cor como linguagem
4. LAYOUT
  - Conceito de Layout
  - Tamanho e formato do papel
  - Composição e percepção visual (dinâmica e equilíbrio)
5. PRODUÇÃO GRÁFICA
  - Tipos e características dos suportes de impressão
  - A cor e as suas implicações
  - Processos de impressão e etapas do processo de produção gráfica
  - O orçamento de produção
6. IDENTIDADE CORPORATIVA
  - O conceito de identidade e de imagem corporativa
  - O discurso da marca
  - O logótipo
  - O manual de identidade corporativa

**6.2.1.5. Syllabus:**

1. INTRODUCTION
2. GRAPHIC EDITION
  - The digital
  - The tools of electronic publishing
  - Basics CorelDraw and scanning
3. BASIC ELEMENTS OF VISUAL LANGUAGE
  - The shape
  - Families and typographic anatomy
  - The dimension of color - the color as a language
4. LAYOUT
  - Concept Layout
  - Size and shape of the paper
  - Composition and visual perception (dynamic equilibrium)
5. GRAPHIC PRODUCTION
  - Types and characteristics of the printing media
  - The color and its implications
  - Printing processes and process steps for producing graphics
  - The production budget
6. CORPORATE IDENTITY
  - The concept of identity and corporate image
  - Speaking of brand
  - The logo
  - The corporate identity manual

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*O desenho de elementos gráficos de comunicação e de Marketing da Empresa é conseguida pela aquisição de conhecimentos teórico-práticos sobre as várias fases do processo.*

*O desenvolvimento do projecto criativo irá confrontar o aluno com o uso de ferramentas de comunicação gráfica.*

*Por último, o aluno, através de exercícios práticos, entenderá a importância dos elementos gráficos e que estes são trabalhados ao pormenor, sendo que todas as decisões são referenciadas tendo por base objectivos muito bem definidos.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The design of graphics communication is achieved by the acquisition of theoretical and practical knowledge about the various stages.*

*The development of the creative project will confront the student with the use of graphic communication tools.*

*Finally, the students, through practical exercises, will understand the importance of some graphics elements on marketing communication and all decisions are referenced based on well defined objectives.*

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

*Aulas teórico-práticas em laboratório:*

*Utilização de método expositivo/participativo para introdução dos conceitos teóricos. Utilização de método participativo com análise de casos. Resolução de exercícios e desenvolvimento de projectos utilizando as TIC.*

*TG - Entrega de um Projecto – Trabalho de Grupo*

*AULA – Contempla a qualidade dos exercícios de aplicação, a assiduidade/pontualidade, participação e interesse demonstrado nas aulas*

*TI – Realização de exercícios individuais*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Lectures in the laboratory:*

*Use of lecture method / participatory introduction to theoretical concepts, using participatory approach with case studies. Problem solving and development of projects using ICT.*

*Delivery of a Project - Working Group*

*LECTURE - include the quality of application exercises, attendance / punctuality, participation and interest shown in class*

*Realization of individual exercises*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A análise e avaliação dos elementos gráficos será feita recorrendo a meios auxiliares como apresentações audiovisuais, internet e ferramentas de comunicação gráfica .*

*A análise de casos práticos será uma actividade participativa onde se pretende estimular a exposição de raciocínio e de argumentação.*

*A resolução de exercícios práticos, será em ambiente de laboratório e com recurso a programas de suporte gráfico e de desenho vectorial.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The analysis and evaluation of the graphics elements will be made using aids such as audiovisual presentations, internet and tools of graphic communication.*

*The analysis of case studies will be a participatory activity which aims to boost the exposure of reasoning and argumentation.*

*The resolution of practical exercises will be in a lab environment and use of programs and graphics support for vector drawing.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*SOLAS, Javier González ;Identidad Visual Corporativa – La imagen de nuestro tiempo, Editorial Sintesis, España, 2002 (Colección Publicidad y Relaciones Públicas)*

*GORDON, Bob; GORDON, Maggie (consultant editors);The Complete Guide to Digital, Thames & Hudson, England, 2005*

*BALMER, John;Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding, and Corporate Level Marketing, Routledge, 2003 (1ª edição).*

**Mapa IX - Gestão da Qualidade/Quality Management****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Gestão da Qualidade/Quality Management*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Jorge Manuel Baptista Regino; Curso de GRHpl: 15h T; 30h PL; Curso de GDLpl: 15h T*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*José Alberto Machado Simões*

*Curso de GRH: 15h T; 60h PL; Curso de MKT: 15h T; Curso de GDL: 30h PL*

*João Carlos Estrela da Silva Rocha dos Santos*

*Curso de MKT: 60h PL; Curso de GDLpl: 30h PL*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*José Alberto Machado Simões*

*GRH: 15h T; 60h PL; MKT: 15h T; GDL: 30h PL*

*João Carlos Estrela da Silva Rocha dos Santos*

*MKT: 60h PL; GDLpl: 30h PL*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*No final do semestre os alunos deverão estar em condições de:*

- a) Compreender a Qualidade como Factor Chave de Sucesso das organizações;*
- b) Assumir a melhoria contínua como elemento de desenvolvimento organizacional;*
- c) Saber criar um clima favorável à interiorização da Qualidade nas Organizações;*
- d) Conhecer e compreender como utilizar os principais métodos, técnicas e ferramentas ao serviço da Qualidade;*
- e) Conhecer e saber analisar formas de concepção e implementação de um Sistema de Qualidade;*
- f) Conhecer e compreender as metodologias utilizadas nos processos de certificação, com vista a poder participar, de forma activa, em tais processos;*
- g) Compreender a necessidade de uma visão global sobre a natureza, as fontes, os factores, as oportunidades e o impacto da inovação;*
- h) Compreender as questões estratégicas e operacionais de desenvolvimento tecnológico.*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*At the end of the semester students should be able to:*

- a) Understand Quality as Key Success Factor of organizations;*
- b) be in continuous improvement as an organizational development;*
- c) To create a climate conducive to the internalization of Quality in Organizations;*
- d) Know and understand how to use the main methods, techniques and tools to service quality;*
- e) Know how to examine ways of designing and implementing a Quality System;*
- f) Know and understand the methodologies used in the certification process in order to be able to participate actively in these processes;*
- g) Understand the need for an overview of the nature, sources, factors, opportunities and impact of innovation;*
- h) Understand the strategic and operational issues of technological development.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*CAPÍTULO 1. - O SISTEMA PORTUGUÊS DA QUALIDADE*

*CAPÍTULO 2. - CONCEITOS FUNDAMENTAIS DA QUALIDADE*

*CAPÍTULO 3. - REGULAMENTAÇÃO E INTEGRAÇÃO DE SISTEMAS*

*CAPÍTULO 4. - IMPLEMENTAÇÃO DE UM SISTEMA DA QUALIDADE*

*CAPÍTULO 5. - FERRAMENTAS E METODOLOGIAS PARA CONTROLO E MELHORIA DA QUALIDADE*

*CAPÍTULO 6. - QUALIDADE E COMPETITIVIDADE*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

*CHAPTER 1. - PORTUGUESE QUALITY SYSTEM*

*CHAPTER 2. - FUNDAMENTAL CONCEPTS OF QUALITY*

*CHAPTER 3. - REGULATION AND SYSTEM INTEGRATION*

*CHAPTER 4. - IMPLEMENTATION OF A QUALITY SYSTEM*

*CHAPTER 5. - TOOLS AND METHODOLOGIES FOR MONITORING AND QUALITY IMPROVEMENT*

*CHAPTER 6. - QUALITY AND COMPETITIVENESS*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Através da interpretação e compreensão dos conceitos, metodologias e técnicas Gestão da Qualidade, designadamente, sistemas de certificação, regulamentação, normas e ferramentas de melhoria, será possível os estudantes compreenderem a Gestão da Qualidade como subsistema de Gestão das Organizações, a sua importância e desafios, bem como contribuir para a compreensão organizacional e a integração e consolidação dos conhecimentos de Gestão da Qualidade à luz das mudanças sociais, económicas e culturais em curso.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Through the interpretation and understanding of concepts, methodologies and techniques Quality Management, such as Systems certification, regulations, standards and tools for improvement will be possible for students to understand the Quality Management as Organizational Management subsystem, its importance, challenges and as contributing to organizational understanding and integration and consolidation of knowledge of Quality Management in the face of social change, economic and cultural progress.*

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

*Nas aulas teóricas são utilizadas metodologias expositivas na apresentação dos conceitos teóricos associados à unidade curricular que são alternadas com a colocação de temas a discussão de forma a fomentar a participação activa e criativa dos alunos.*

*Nas aulas práticas são apresentados e resolvidos estudos de caso, apresentados e discutidos textos e filmes temáticos, é efectuado o planeamento das actividades relativas ao trabalho de grupo, preparada a visita à empresa sobre a qual é realizado o trabalho, é efectuada uma apresentação do trabalho de grupo, a sua análise e discussão.*

*A avaliação de conhecimentos é constituída por:*

- *Elaboração, apresentação e discussão de um Trabalho de Grupo*
- *Realização de Teste com consulta.*

*Caso a nota final do teste ou do Trabalho Prático (TP) seja inferior a 10 valores, o aluno terá de realizar avaliação final.*

*A avaliação da época normal, recurso ou melhoria é constituída por uma prova escrita individual, com consulta.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*In the lectures expository methodologies are used in the presentation of theoretical concepts associated with the course that are alternated with the placement of the discussion topics in order to encourage active participation and creative students.*

*Practical classes are presented and solved case studies presented and discussed texts and films theme is carried out the planning of activities relating to group work, prepared to visit the company on which the work is done, you made a presentation of the work group, its analysis and discussion.*

*The assessment comprises:*

- *Preparation, presentation and discussion of a Working Group*
- *Achievement Test in the consultation.*

*If the final score of the test or of practical work (TP) is less than 10 values, the student must perform the final evaluation.*

*The evaluation of the regular season, feature or improvement consists of a written individual, with consultation.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As discussões e trocas de experiências, bem como com a apresentação e discussão de casos a promover quando da apresentação em aula de cada um dos temas, irão contribuir para uma melhor compreensão e interpretação dos conceitos fundamentais da gestão da qualidade e dos respectivos impactos no desenvolvimento organizacional designadamente na sua competitividade, a sua interligação e impacto nas restantes funções organizacionais.*

*Para além de conceitos e enquadramentos conceptuais, que poderão ser avaliados através de teste escrito, como são apresentados ao longo da parte lectiva diversas práticas e instrumentos, haverá toda a conveniência em saber-se utilizar e aplicar tais elementos. Assim, no âmbito da avaliação é preconizado a elaboração em grupo e discussão de um trabalho sobre Gestão da Qualidade relativamente a uma empresa a seleccionar pelos estudantes e a validar pelo docente.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The discussions and exchanges of experiences, as well as the presentation and discussion of cases to promote at the presentation in class of each subject, will contribute to a better understanding and interpretation of the fundamental concepts of quality management and their impacts on organizational development, particularly on their competitiveness, their interconnection and impact in other organizational functions.*

*In addition to concepts and conceptual frameworks, which may be assessed by written test, are presented along the various teaching practices and tools, there will be all the convenience to learn to use and apply such elements. Thus, is recommended in the preparation and discussion of a group working on Quality Management for a company to select by the students and validate by the teacher.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Besterfield, Dale H. et al ;Total Quality Management, Prentice Hall, 1999*

*Pires, A. Ramos ;Qualidade - Sistemas de Gestão da Qualidade, Sílabo, 2007*

*Pinto, Abel e Soares, Iolanda ;Sistemas de Gestão da Qualidade – Guia Para a sua Implementação, Sílabo, 2009*  
*Monteiro de Carvalho, Marly e Pacheco Paladini, Edson ;Gestão da Qualidade – Teoria e casos, Editora Campos, 2006*

*Santos António, Nelson e Teixeira, António;Gestão da Qualidade - De Deming ao modelo de Excelência da EFQM, Sílabo, 2007*

*Antunes, Maria de Lurdes ;Qualidade para principiantes, Prentice Hall, New Jersey, USA, 2009*

*George, S. e Weimerskirch, A. ;Total Quality Management, 2nd Ed. N. York, Willey, 1998*

*Juran, J. M. ;Planeando para a Qualidade, S. Paulo, Pioneira, 1990*

*Lopes, Albino e Capricho, Lina ;Manual de Gestão da Qualidade, 1ª Edição, Lisboa, Editora RH Lda, 2007*

*Saraiva, Margarida e Teixeira, António et al ;Qualidade numa perspectiva multi e interdisciplinar, 1ª Ed., Lisboa,*



*Sílabo, 2009.*

## Mapa IX - Gestão da Inovação/Innovation Management

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Gestão da Inovação/Innovation Management*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Maria Dulce da Costa Matos e Coelho*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Rogério Manuel Rosado Silveira (150 horas)*

*Horas semestrais: curso MKT - 15 h T; 60 h PL; curso GSI - 15 h T; 60 h PL*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Rogério Manuel Rosado Silveira (150 hours)*

*Hours per semester: Degree course in MKT - 15 h T; 60 h PL; Degree course in GSI - 15 h T; 60 h PL*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- *Reconhecer a importância da inovação como fator crítico de sucesso, no atual contexto económico e social;*
- *Entender a Gestão da Inovação como fator chave do modelo de gestão global das empresas, assumindo a inovação no âmbito da melhoria contínua do desempenho organizacional;*
- *Desenvolver capacidades de agir no sentido de acelerar a identificação, a criação, a avaliação, a aplicação e a disseminação de ideias e projetos inovadores, orientados para resposta às necessidades e expectativas dos clientes e restantes partes interessadas;*
- *Desenvolver competências na utilização dos métodos, das técnicas e ferramentas de operacionalização da Gestão da Inovação, em particular na criação de climas organizacionais favoráveis à aprendizagem e à mudança;*
- *Compreender os modos de interiorizar e envolver toda a organização nos desafios da inovação.*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Recognize the importance of innovation as a critical success factor in the current economic and social context;*
- *Understand the management of innovation as a key factor in the business model of the organization, and considering innovation as a factor of continuous improvement of organizational performance;*
- *Develop skills to act in order to accelerate the identification, creation, evaluation, implementation and dissemination of ideas and innovative projects, oriented to meet the needs and expectations of customers and other stakeholders;*
- *Develop skills in the use of methods, techniques and tools for Innovation Management, particularly in the creation of an innovation friendly organizational culture.*
- *Understand how to internalize and involve the whole organization in the challenge of innovation.*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

#### 1. CONCEITOS FUNDAMENTAIS DA INOVAÇÃO

##### 1.1. Ideia, Invenção e Inovação

##### 1.2. Conceitos e Tipologias de Inovação

##### 1.3. Fontes de Inovação

##### 1.4. Difusão de Inovações

#### 2. INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

##### 2.1. Dimensão Estratégica da Inovação

##### 2.2. Formulação de Estratégias Tecnológicas

#### 3. A ORGANIZAÇÃO INOVADORA

##### 3.1. Processo de Inovação

##### 3.2. Gestão da Mudança

##### 3.3. Características e Rotinas das Organizações Inovadoras

##### 3.4. Inovação Aberta

#### 4. MÉTODOS, TÉCNICAS E FERRAMENTAS PARA GESTÃO DA INOVAÇÃO

##### 4.1. Técnicas de criatividade

##### 4.2. Técnicas de análise de valor

##### 4.3. Outras técnicas com suporte em computador e redes

#### 5. A EXCELÊNCIA ORGANIZACIONAL

##### 5.1. Modelos de Excelência Organizacional

##### 5.2. As Normas Portuguesas de IDI

### 6.2.1.5. Syllabus:

#### 1. FUNDAMENTAL CONCEPTS ABOUT INNOVATION

- 1.1. *Invention versus Innovation*
- 1.2. *Concepts and Types of Innovation*
- 1.3. *Sources of Innovation*
- 1.4. *Diffusion of Innovations*
- 2. **INNOVATION AND COMPETITIVENESS**
- 2.1. *Strategic Dimension of Innovation*
- 2.2. *Formulation of Technological Strategies*
- 3. **THE INNOVATIVE ORGANIZATION**
- 3.1. *Innovation Management Process*
- 3.2. *Change Management*
- 3.3. *Characteristics and Routines of Innovative Organizations*
- 3.4. *Open Innovation*
- 4. **METHODS, TECHNIQUES AND TOOLS FOR MANAGING INNOVATION**
- 4.1. *Creativity Techniques*
- 4.2. *Value Analysis Techniques*
- 4.3. *Other Computer-Based Techniques*
- 5. **ORGANIZATIONAL EXCELLENCE**
- 5.1. *Models of Organizational Excellence*
- 5.2. *R&D&I Certification Norms*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Trata-se de uma Unidade Curricular em que se procura familiarizar os estudantes com o instrumental teórico, bem como utilizar ferramentas e técnicas de gestão da inovação. Deste modo, os objetivos da UC passam por reconhecer a importância da inovação no atual contexto e como fator chave do modelo de gestão global das empresas.*

*Por outro lado, a UC visa desenvolver capacidades de agir relacionadas com as ideias e projetos inovadores, bem como desenvolver competências na utilização dos métodos, das técnicas e ferramentas da Gestão da Inovação, objetivos para os quais se revela essencial conhecer e saber aplicar alguns instrumentos, de que são exemplos as técnicas de criatividade, de análise de valor e outras técnicas com suporte em computador e redes. No sentido de compreender os modos de interiorizar e envolver toda a organização nos desafios da inovação, é abordada igualmente a temática da excelência organizacional.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*This Curricular Unit aims at familiarizing students with the theoretical tools, as well as the techniques for managing innovation. Its objectives include recognizing the importance of innovation in the current context and as a key factor in the business model, reasoning why it is essential to master the fundamental concepts of innovation and their relationship with competitiveness, as well as understanding the characteristics of innovative organizations.*

*To these objectives, the Curricular Unit develops capacities related to ideas and innovative projects; skills in the use of the methods, techniques and tools of Innovation Management, essential for understanding and applying these instruments, for example creativity, value analysis and other computer-based techniques. Finally, in order to understand the ways of internalizing and involving the organization in the challenges of innovation, the issue of organizational excellence is also addressed.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*A UC está estruturada em torno de aulas teóricas, nas quais se procura familiarizar os estudantes com o corpo e instrumental teórico da UC, e aulas práticas, vocacionadas para a utilização de ferramentas e técnicas de gestão da inovação e estudo de casos, que proporcionem a consolidação dos conhecimentos e desenvolvam competências para a sua aplicação. O processo ensino-aprendizagem é focalizado nos conteúdos e nas necessidades de aprendizagem dos estudantes.*

*Deste modo, procura-se articular entre diferentes modalidades de trabalho (estudo individual e trabalho colaborativo) que proporcionem a criação de diferentes situações formativas e contribuam para que o estudante seja o agente privilegiado da sua própria formação.*

*A avaliação contínua inclui dois testes escritos, individuais, ou realização de um trabalho de grupo ou individual, sujeito a apresentação e discussão. A avaliação final consiste na realização de um exame escrito, individual.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*The curricular unit of Innovation Management is structured around lectures, which familiarize students with the theoretical body of the curricular unit, and practical lessons, focusing on the use of tools and techniques of innovation management as well as case studies, providing an opportunity for knowledge consolidation and the development of skills through learning-by-doing. In short, the teaching-learning process will be focused on the content and the learning needs of students.*

*Therefore, the curricular unit of Innovation Management seeks to coordinate different modalities of work (individual study and collaborative work) that enable the creation of different training situations and contribute to the student being the foremost agent in their own training.*

*Continuous assessment includes two written individual tests or a group or individual written essay, to be presented and discussed. Final assessment consists of an individual written exam.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A seleção das metodologias de ensino é feita com base nos objetivos de aprendizagem da UC, pelo que se articula aulas teóricas e aulas práticas, sendo que as primeiras apelam sobretudo ao saber e à compreensão enquanto as últimas procuram operacionalizar os conceitos e basear-se em práticas de resolução de problemas.*

*Deste modo, as aulas teóricas assentam num método expositivo e interrogativo, que contribuem para reconhecer a importância da inovação como fator crítico de sucesso e como fator chave do modelo de gestão global das empresas, bem como para compreender os modos de interiorizar e envolver toda a organização nos desafios da inovação.*

*Por outro lado, nas aulas práticas predomina o método participativo em que os conceitos são operacionalizados na sua maioria através de casos práticos e pela utilização de ferramentas e técnicas de gestão da inovação que proporcionam a consolidação dos conhecimentos e permitem o desenvolvimento de competências para a sua aplicação, designadamente capacidades de agir no sentido de acelerar a identificação, criação, avaliação, aplicação e disseminação de ideias e projetos inovadores.*

*A UC pretende, assim, contribuir para o desenvolvimento das seguintes competências:*

- *Contribuir para o desenvolvimento, liderança e motivação entre equipas multidisciplinares;*
- *Desenvolver a capacidade de tomar decisões de modo autónomo e de resolução de problemas numa realidade diversificada e em constante transformação, procurando desenvolver novas soluções de forma integradora;*
- *Desenvolver competências de análise e diagnóstico crítico como potenciadores de novas soluções;*
- *Contribuir para o domínio das habilidades relativas à efetiva comunicação e expressão oral e escrita;*
- *Desenvolver uma atitude de aprendizagem permanente, consciência do valor da cultura, investigação e educação, bem como a aptidão para desenvolver a aprendizagem autodirigida, localizar a informação e beneficiar da formação contínua;*
- *Refletir e atuar criticamente, compreendendo a sua posição e função na estrutura da organização;*
- *Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico de modo criativo e conhecer as técnicas e os processos de geração de ideias;*
- *Interpretar cenários com base nos ambientes internos e externos às organizações;*
- *Desenvolver a capacidade de problematizar as múltiplas dimensões do fenómeno empresarial;*
- *Desenvolver pesquisa e produção de conhecimento;*
- *Demonstrar visão sistémica e interdisciplinar da atividade económica e empresarial;*
- *Elaborar pareceres e relatórios que contribuam para o desempenho eficiente e eficaz, quaisquer que sejam os modelos organizacionais;*
- *Desenvolver a capacidade para realizar consultoria em gestão no âmbito organizacional e estratégico;*
- *Interpretar estudos, relatórios e pesquisas económicas e de mercado;*
- *Analisar informações sobre o desempenho do mercado, produtos, custos e demais dados, visando apoiar o processo de estudos de mercado e económicos.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The teaching methodologies are selected based on the learning goals of the Curricular Unit, which combines theoretical and practical classes, the first appealing particularly to knowledge and understanding and the latter seeking to operationalize the concepts and based on practical problem solving.*

*Thus, the theoretical classes are based on a lecture and an interrogative method, which contribute to recognize the importance of innovation as a critical success factor and as a key factor in the business model of companies, as well as to understand the ways of internalizing and involve the whole organization for the challenges of innovation.*

*On the other hand, practical classes are based on a participatory approach in which concepts are operationalized mostly through practical cases and the use of management tools and techniques that provide a consolidation of knowledge and enable the development of skills for its implementation, including capacity to act in order to accelerate the identification, creation, evaluation, implementation and dissemination of ideas and innovative projects.*

*The Curricular Unit of Innovation Management aims to contribute to the development of the following skills:*

- *Contribute to the development, leadership and motivation among multidisciplinary teams;*
- *Develop the ability to make decisions autonomously and problem-solving in a reality in constant transformation, seeking to develop new solutions in an integrated manner;*
- *Develop skills of critical analysis and diagnosis of new and potential solutions;*
- *Contribute to the mastery of skills related to communication and effective oral and written expression;*
- *Develop an attitude of lifelong learning, awareness of the value of culture, research and education and the skills to develop self-directed learning, find information, and benefit from continuous training;*
- *Think and act critically, understanding their position and function in the organizational structure;*
- *Develop logical thinking, as well as critical, analytical and creative, and learn the techniques and processes to generate ideas;*
- *Interpret scenarios based on internal and external environments of organizations;*
- *Develop the ability to discuss the multiple dimensions of business phenomenon;*

- *Develop research and production of knowledge;*
- *Demonstrate interdisciplinary and systemic view of the economy and business;*
- *Prepare reports and opinions that contribute to the efficient and effective performance, whatever the organizational models;*
- *Develop the ability to perform management consultancy both organizational and strategic;*
- *Interpret studies, economic and market reports and studies;*
- *Analyze market information, products, costs and other data, to support the process of economic and market research.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Bessant, J. e Tidd, J. (2011), *Innovation and Entrepreneurship, 2nd Edition*, Sussex, United Kingdom, John Wiley & Sons, Ltd.
- European Commission (2004), *Innovation Management and the knowledge-Driven Economy*, European Commission – Directorate-general for Enterprise, Luxembourg (in [http://cordis.europa.eu/innovation-policy/studies/im\\_study6.htm](http://cordis.europa.eu/innovation-policy/studies/im_study6.htm))
- OECD (2005), *Oslo Manual – Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition*, OECD/EUROSTAT, OECD Publishing (in <http://www.oecd.org>)
- Tidd et al. (2003), *Gestão da Inovação: Integração das Mudanças Tecnológicas, de Mercado e Organizacionais*, Lisboa, Monitor.

### Mapa IX - Marketing Internacional/International Marketing

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Marketing Internacional/International Marketing*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Paulo Sérgio Ribeiro de Araújo Bogas; T = 30h; PL = 60h; PL = 45h (erasmus).*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Não aplicável.*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Not applicable.*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- *Distinguir os conceitos de Marketing em ambiente internacional;*
- *Caraterizar o ambiente internacional;*
- *Analisar e avaliar os mercados internacionais e formas de acesso;*
- *Conceber e implementar um plano de Marketing internacional.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Differentiate between the concepts of marketing in an international environment;*
- *Characterize the international environment;*
- *Analyze and evaluate international markets and ways of access;*
- *Develop and implement an international marketing plan.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

##### 1. OBJECTIVOS E ÂMBITO DO MARKETING INTERNACIONAL

1.1. *Conceito de Marketing Internacional e Marketing local versus Marketing global*

1.2. *As Razões da internacionalização*

##### 2. O AMBIENTE INTERNACIONAL

2.1. *O Comércio Internacional*

2.2. *Principais variáveis ambientais do marketing internacional*

##### 3. ANÁLISE E SELECÇÃO DE MERCADOS-ALVO

3.1. *Pesquisa de informação em mercados internacionais;*

3.2. *Segmentação, targeting e posicionamento*

##### 4. O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES

4.1. *O Processo de decisão de internacionalização*

4.2. *As etapas do desenvolvimento internacional de uma organização*

4.3. *As estratégias de internacionalização das organizações e formas de acesso ao mercado internacional*

##### 5. CONCEPÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE UM PLANO DE MARKETING INTERNACIONAL

5.1. *Política de Produto Internacional*

5.2. *Política de Preço Internacional*

5.3. *Política de Comunicação Internacional*

5.4. *Política de Distribuição nos mercados internacionais*

**6.2.1.5. Syllabus:****1. PURPOSE AND SCOPE OF INTERNATIONAL MARKETING**

- 1.1. Concept of International Marketing; Local versus Global Marketing;
- 1.2. Reasons for internationalization.

**2. INTERNATIONAL ENVIRONMENT**

- 2.1. The International Trade - major institutions, agreements and trends
- 2.2. The main environmental variables in international marketing

**3. REVIEW AND SELECTION OF TARGET MARKETS**

- 3.1. Search for information on international markets;
- 3.2. Segmentation, targeting and positioning

**4. The internationalization process of ORGANIZATIONS**

- 4.1. The decision-making process of internationalization
- 4.2. The stages of development of an international organization
- 4.3. The internationalization strategies of organizations and forms of international market access

**5. DESIGN AND IMPLEMENTATION OF A MARKETING PLAN INTERNATIONAL**

- 5.1. International Product Policy
- 5.2. International Price Policy
- 5.3. International Communication Policy
- 5.4. International Distribution Policy

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Há uma direta correspondência entre os objetivos da unidade curricular e o seu plano tal como se indica pela correspondência entre as duas variáveis:*

- Distinguir os conceitos de Marketing em ambiente internacional (ponto 1 do programa);
- Caracterizar o ambiente internacional (ponto 2 do programa);
- Analisar e avaliar os mercados internacionais e formas de acesso (ponto 3 e 4 do programa);
- Conceber e implementar um plano de Marketing internacional (ponto 5 do programa).

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*There is a direct correspondence between the objectives of the course and its plan as indicated by the correspondence between the two variables:*

- Differentiate between the concepts of marketing in an international environment (section 1 of the programme);
- Characterize the international environment (section 2 of the program);
- Analyze and evaluate international markets and forms of access (section 3 and 4 of the programme);
- Develop and implement an international marketing plan (section 5 of the program).

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

- ☐ Método expositivo nas aulas teóricas procurando-se a participação dos alunos;
- ☐ Realização de exercícios individualmente ou em grupo que promovam a análise, discussão e procura de soluções entre os vários intervenientes;
- ☐ Exercício de prática simulada;
- ☐ Realização de um trabalho de grupo que visa pesquisa de informação, análise de dados e busca de soluções de uma situação real de uma organização, para além do desenvolvimento de capacidade de trabalho em equipa e de relacionamento interpessoal.

*A avaliação de conhecimentos é constituída por:*

- o TESTE (com consulta): ponderação de 40% (nota mínima 8 valores);
- o EXERCÍCIO de SIMULAÇÃO: ponderação 30%;
- o TRABALHO DE GRUPO: ponderação de 30% (nota mínima dez valores): Relatório: 15%; apresentação e discussão 15%

*Nota Final = 0,40 TESTE + 0,30 EXERCÍCIO DE SIMULAÇÃO + 0,30 TG*

*Ficará dispensado da avaliação final o aluno que obtiver média final ponderada de classificação igual ou superior a dez valores.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

- Expository lectures seeking the participation of students;
- Conducting exercises individually or in groups that promote analysis, discussion and finding solutions among students;
- Simulated practice;
- Development of a work group that aims to research information, data analysis and search for solutions to a real situation of an organization, beyond the ability to develop teamwork and interpersonal skills.

**ASSESSMENT**

*Continuous assessment - The assessment comprises:*

- TEST : Weight of 40% (minimum score 8 points);
- Simulation exercise: 30% weighting;
- WORK GROUP: Weight of 30% (minimum grade ten values): Report: 15%, 15% presentation and discussion

*Shall be exempt from the final assessment the student who obtains a final weighted average rating of not less than ten values.*

*Final assessment - The final evaluation is made by:*

*A written test*

*Will be approved the student who obtains a final mark of not less than ten values.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*De modo a assegurar o cumprimento dos objetivos de aprendizagem as metodologias de ensino compreendem:*

- metodologias de exposição teórica dos conceitos na qual se estimula a reflexão e discussão por parte dos alunos de modo a melhor compreensão dos conceitos;*
- A resolução de case-studies que permitam a aplicação dos conceitos a situações reais para a resolução de problemas;*
- o recurso a um simulador o qual reforça a componente prática em contexto de decisão dos vários conceitos introduzidos, promovendo o trabalho em equipa e a capacidade de decisão.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*In order to ensure compliance with the goals of learning and teaching methodologies we explore:*

- Methods of theoretical exposition of the concepts in which we stimulate reflection and discussion by the students to better understand the concepts;*
- The resolution of case studies that allow the application of concepts to real situations to solve problems;*
- The use of a simulator which reinforces the practical component in the decision context of the various concepts introduced, promoting teamwork and decision-making capacity.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*o KEEGAN, J. W. (2010), Global Marketing, Pearson / Prentice Hall, 6ª ed.*

*o CATEORA, P. R. & Graham, J. (2010), International Marketing, 15ª ed. Boston, McGraw-Hill.*

### **Mapa IX - Projecto em Marketing/Marketing Project**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Projecto em Marketing/Marketing Project*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Graziela Maria Morais Vieira da Silva – 162 h*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Paulo Duarte da Silveira – 15 h - TU*

*Carlos Augusto Clamote – 66 h - TU*

*Duarte Xara Brasil – 30 h - TU*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*Paulo Duarte da Silveira – 15 h - TU*

*Carlos Augusto Clamote – 66 h - TU*

*Duarte Xara Brasil – 30 h - TU*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Pretende-se como objectivos de aprendizagem que o estudante consiga:*

- Elaborar um trabalho/projecto de investigação teórico/prático no âmbito do Marketing, em que sejam aprofundados os conteúdos científicos aprendidos ao longo do curso, permitindo o desenvolvimento de competências específicas na área do Marketing;*
- Desenvolver um trabalho de investigação sob regime tutorial com aplicação no domínio do Marketing, e que contribua para o desenvolvimento de capacidades criativa e de investigação;*
- Compreender a interligação da vertente científica com a realidade organizacional através da aplicação prática a uma situação concreta organizacional e demonstre capacidade de geração e desenho de uma solução para um determinado problema organizacional.*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*On successful completion of this course the student will be able to:*

- make a report/project in marketing in which their competences and skills in marketing are developed;*
- undertake marketing research under the supervision of a marketing tutor/teacher in order to increase research and creativity capabilities;*
- understand the connection between the scientific approach and the company reality, and to apply a solution*

*for an organization problem.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*Apresentação das metodologias e regras básicas para a elaboração de um trabalho de investigação.  
Realização de sessões em laboratório informático para o acompanhamento dos estudantes na pesquisa em bases de dados científicas, nomeadamente Proquest e B-ON, sendo indicados vários journal como orientação de pesquisa.*

*Orientação e acompanhamento dos estudantes na preparação e elaboração individual ou em grupo de um projecto em Marketing.*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

*Presentation of the methodologies and basic rules for the research work;*

*Some classes in informatics laboratories to support students in scientific research , using Proquest and B-ON.*

*Accompaniment of individual or group project throughout the semester.*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*A identificação das metodologias e regras básicas para a elaboração de um trabalho de investigação permite ao estudante realizar um projecto de investigação teórico/prático no âmbito do Marketing e aprofundar os conhecimentos científicos aprendidos ao longo do curso.*

*A pesquisa científica realizada permitirá consolidar e aprofundar competências num domínio específico da área do Marketing de livre escolha do(s) estudante(s), sob orientação de um tutor.*

*A vertente prática do trabalho permite que o(s) estudante(s) desenvolva capacidade de análise crítica de uma realidade concreta e capacidade de desenhar uma solução criativa para um problema organizacional específico.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*By identification of the methodologies and basic rules for creating a research report, students increase their scientific knowledge and thereby fulfil the first learning objective of the curricular unit.*

*Scientific research contributes to increase students skills in specific marketing areas, under tutorial supervision and so fulfil the second learning objective of the curricular unit.*

*Practices work contributes to increase the students capacities for critical analysis of organizational problems and to design a solution, so fulfilling the third learning outcome.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Realização de Aulas abertas com convidados de empresas /outras organizações*

*Realização de Sessões de tutoria individuais*

*Realização de 2 sessões em laboratório informático para acompanhamento dos estudantes na pesquisa em bases de dados Proquest e B-ON*

*Elaboração de um pré-projecto individual ou em grupo, cuja selecção do tema é de livre escolha do(s) estudante(s), e posteriormente validado pelo docente/tutor*

*Elaboração do relatório final individual ou em grupo*

*Apresentação e discussão do relatório final individual ou em grupo perante júri composto por 2 docentes da UC.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Seminars with guest managers from companies ;*

*Tutorial sessions for orientating students;*

*Two classes in informatics laboratory to orientate students in researching scientific data bases;*

*Assessment is on an individual or group pre-project which is on an area selected by the student and agreed by the tutor; afterwards students make the report and present and discuss it in the presence of a jury.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A exposição de metodologias de investigação permite dotar os estudantes de competências necessárias para investigarem determinado tema da área de Marketing.*

*O acompanhamento dos estudantes em sessões de tutoria em laboratório informático, contribui para melhoria da capacidade de investigação e selecção de material científico de suporte ao desenvolvido teórico do projecto a elaborar.*

*A pesquisa em bases de dados científicas permitirá ao estudante desenvolver capacidade de autonomia e rigor científico na selecção de fontes e material para a investigação de um tema específico da área de Marketing.*

*A realização de aulas abertas com especialistas convidados permite o contacto directo com profissionais de marketing ou marketeers e a familiarização com questões e problemáticas actuais da área ou áreas de interesse para o Marketing.*

*Com o desenvolvimento das duas vertentes, pesquisa científica e participação em eventos / aulas abertas, pretende-se promover junto do estudante capacidade de análise de uma realidade concreta e criatividade e autonomia no desenho de uma solução para um problema específico de Marketing.*

*Através de sessões contínuas de tutoria é realizado o acompanhamento e a orientação do trabalho individual*

ou em grupo durante o semestre.

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*The presentation of research methodologies allows students to gain competence in the process of scientific research;*

*The orientation in laboratory sessions allows students to gain competence in investigation;*

*Seminars with managers from companies allows students to know how problems are solved in real organizational context;*

*The two approaches scientific research and seminars contribute to the development of competences of students autonomy in designing solutions for an organizational marketing problem;*

*The tutorial sessions allow follow up of the work developed by students along the semester.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Eco, U. (1982) Como se Hace una Tesis – Técnicas y procedimientos de Investigación, Estudio y Escritura, Barcelona, GEDISA*

*Fernandes, A. (1995) Métodos e Regras de elaboração de trabalhos Académicos e Científicos, 7ªed., Porto, Porto Editora*

*Frada, J. (2000) Guia Prático para a Elaboração e Apresentação de Trabalhos Científicos, 2ªed., Lisboa, Editora Cosmos*

### Mapa IX - Gestão de Relacionamento com Clientes (GRC)/Customer Relationship Management (CRM)

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Gestão de Relacionamento com Clientes (GRC)/Customer Relationship Management (CRM)*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Mário Luís Pereira Cravidão; GDL T-30h; PL- 30h; GDLpl T-30h-PL 15h; MKT T-21h; PL-28h*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Não aplicável.*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Not applicable.*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*CRM compreende:*

*1. A introdução à importância da conquista do relacionamento do cliente em detrimento da produção e do marketing de massas;*

*2. A importância da determinação do valor do cliente e a actuação do marketing relacional como forma de personalização em massa e antecipação das necessidades do cliente;*

*3. As novas formas de negócio e o seu impacto em termos da definição tradicional de valor, concorrência, serviço ao cliente mas também de processos organizacionais;*

*4. A importância do CRM na necessidade de integrar processos para uma gestão do conhecimento e do ciclo de vida do cliente.*

*Pretende-se que os alunos obtenham os mais recentes conhecimentos ao nível do Marketing Relacional e do CRM, bem como, de uma capacidade de reflexão sobre o papel do cliente individual e da sua gestão na Organização. A capacidade crítica será desenvolvida através da discussão de case-studies nacionais e internacionais. O software Primavera CRM será utilizado em aulas de laboratório.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*CRM covers:*

*1. Introduction to the critical role of managing customer relationships instead of focusing on mass production and marketing;*

*2. The importance of measuring customer value, mass customization and 1:1 marketing as a way to personalize/customize and anticipate client's needs;*

*3. New business models and their impact in terms of competition, customer service and the restructuring of organizational processes;*

*4. The importance of CRM and the need to integrate processes for knowledge management and for client's life cycle management.*

*This course goal is to enable students to acquire the latest knowledge on Relational Marketing and CRM. This implies the development of the capacity to critically reflect upon the role of each individual client and management of this relationship. This capacity is developed through the analysis of national and international case-studies. Primavera CRM software will be practiced in Lab classes.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*1-AS MUDANÇAS NA ORGANIZAÇÃO: DA CONQUISTA À RELAÇÃO*



1. *Produção em massa e marketing de massas*
- 2- *A EMPRESA E O MARKETING RELACIONAL*
2. *Razões para o seu aparecimento*
3. *O Marketing relacional como solução*
4. *A competição na dimensão do cliente*
5. *As funções da Empresa 1:1*
6. *O valor do cliente e as tipologias de Clientes em função do valor*
7. *A determinação do Life Time Value (LTV)*
8. *O Modelo I.D.I.P.*
9. *A personalização em massa*
- 3 – *O CRM COMO FERRAMENTA DO MARKETING ONE-TO-ONE*
10. *Definições de CRM*
11. *Importância do CRM e seus objectivos*
12. *Noções de ERP e seus módulos funcionais*
13. *CRM Analítico, Operacional e Colaborativo*
14. *As fases do CRM: adquirir, construir, fidelizar*
15. *Modelo Global de Gestão dos Canais de Relacionamento*
16. *Call Center focado no Cliente*
17. *O CRM na Web*
18. *A automatização da força de vendas*
19. *A automatização do marketing*
20. *A Gestão de um projecto de CRM*
21. *Vantagens do CRM para as PME's*
22. *Fornecedores de CRM*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1- *ORGANISATIONAL CHANGES: FROM CONQUERING TO ESTABLISHING RELATIONSHIPS*
1. *Mass production and mass marketing*
- 2- *THE ENTERPRISE AND RELATIONAL MARKETING*
2. *Global competition*
3. *Relational Marketing as a solution*
4. *Competition related to the client's dimension*
5. *The role of the 1:1 enterprise*
6. *Customer Value and the Client's typology according to its value*
7. *Determining Life Time Value (LTV)*
8. *The I.D.I.P. Model*
9. *Mass customisation*
- 3 – *CRM AS A MARKETING ONE-TO-ONE TOOL*
10. *Definitions of CRM*
11. *The importance of CRM and its objectives*
12. *Enterprise Resource Planning (ERP) systems and its functional modules*
13. *CRM Analytical, Operational and Collaborative*
14. *The CRM phases: to acquire, to optimize and to create loyalty*
15. *Global Model for managing Relationship Channels*
16. *Client focused Call Center*
17. *CRM on the Web*
18. *Sales Force Automation*
19. *Marketing Automation*
20. *CRM Project Management*
21. *SME's CRM Advantage*
22. *CRM Suppliers*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*A análise da importância da conquista e manutenção do cliente será feita com a apresentação do Marketing Relacional como solução no actual contexto de competição global. Por colocar o cliente no centro da Organização, necessariamente tem que se fazer uma correta gestão do mesmo. Assim sendo, a unidade curricular irá abordar o CRM de uma forma em geral e os diferentes tipos existentes: Analítico, Operacional e Colaborativo. Para que os alunos dominem algumas competências na gestão do cliente será estudado o Modelo Global de Gestão dos Canais Relacionamento. Estas competências serão desenvolvidas com os conteúdos programáticos que abordam as diferentes fases do CRM (a aquisição, otimização e fidelização do cliente), mas também com as oportunidades de utilização do CRM nos pontos de contacto de interactividade com o cliente e na automatização do Marketing e da Força de Vendas.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The analysis of the importance of gaining and maintaining a customer will be made with the presentation of Relationship Marketing as a solution in the current context of global competition. The need to manage a customer is a consequence of the necessity to put the client in the center of the Organization. Thus, the course will address CRM in a general way and the different existing types: Analytical, Operational and Collaborative. The Global Model for managing Relationship Channels will be studied to develop student's skills. These skills will be further developed with the syllabus that addresses CRM different phases (acquisition, optimization and customer retention), together with the opportunities to use CRM in the interaction contact points as well in the*

*Sales Force and Marketing automation.***6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A Gestão de Relacionamento com Clientes é lecionada através de aulas teóricas e de aulas práticas em laboratório, utilizando-se diferentes metodologias de ensino:*

- Aulas teóricas: método expositivo e participativo com utilização de meios audiovisuais*
- Aulas práticas-laboratoriais: análise e elaboração de casos e exercícios práticos, apresentações e discussões, individualmente e em grupo. Utilização de um Software de CRM (Primavera Software).*

*Realização de um trabalho de grupo prático (avaliação da capacidade de aplicação dos conceitos teóricos na resolução de problemas e tomada de decisão) - 40% da nota final*

*Realização de teste individual escrito (avaliação dos conceitos teóricos) - 60% da nota final*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Customer Relationship Management is taught through lectures and practical laboratory classes, using different teaching methods:*

- Lectures: lecture and participatory method with the use of audiovisual media*
- Practical classes: analysis and preparation of cases and practical exercises, presentations and discussions, individually and in groups. Use of a CRM Software (Primavera Software).*

*Group practical work (assessing ability to apply theoretical concepts in problem solving and decision making) - 40% of final grade*

*Realization of an individual test writing (evaluation of theoretical concepts) - 60% of final grade*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino permitem apresentar, debater os conteúdos programáticos e alcançar os objectivos de aprendizagem. Na sequência da exposição nas aulas teóricas, são resolvidos individualmente ou em grupo um conjunto de casos internacionais e nacionais nas aulas práticas. Estes são depois apresentados e debatidos pelos alunos. Tanto nas aulas teóricas como nas práticas laboratoriais, apela-se à participação dos alunos. As aulas práticas têm uma componente final de laboratório onde estes têm a capacidade de trabalhar com um Software de CRM (Primavera Software) e desenvolver as suas competências na Gestão de Relacionamento com o cliente. Todos os conteúdos programáticos são abordados num trabalho de grupo final que abrange uma organização portuguesa numa situação real. Os alunos depois de um diagnóstico que analisa a gestão do cliente têm a oportunidade de propor um conjunto de melhorias ao nível do Marketing Relacional e do CRM.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The teaching methodologies enable to present and discuss the syllabus and to achieve the learning outcomes. Following the exposure in lectures, international and national cases studies are solved in the classroom individually or in groups. They are followed by student's presentation and discussion. Students are called to participate both in lectures and laboratory practice. Classes have a final laboratory component where they have the ability to work with a CRM Software (Primavera Software) and to develop their skills in Relationship Management. All learning outcomes are achieved in the final group work which covers a Portuguese organization in a real situation. Students following a diagnosis that analyzes customer management have the opportunity to propose a set of improvements among Relationship Marketing and CRM.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- DYCHÉ, Jill, (2002), The CRM Handbook, Addison Wesley*
- PEPPERS, Don & ROGERS, Martha (2000), Enterprise One-to-One, Piatkus*
- KALAKOTA, Ravi & ROBINSON, Marcia (2000), e-Business 2.0 Roadmap for Success, Addison-Wesley*
- Greenberg, Paul (2010), CRM at the Speed of Light, McGraw-Hill*

**Mapa IX - Empreendedorismo/Entrepreneurship****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Empreendedorismo/Entrepreneurship*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Maria Teresa Gomes Valente da Costa; (GDL-PL; GDL; GSI; Erasmus) 15h T; (GSI; MKT) – 30h P*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Luísa Carvalho (MKT – 15h T; 30h P)*

*Pedro Miguel Lopes Mares (GDL-PL 30h P; GDL 30 h P)*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Luísa Carvalho (MKT – 15h T; 30h P)**Pedro Miguel Lopes Mares (GDL-PL 30h P; GDL 30 h P)***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- ☐ *Sensibilizar para a relevância do empreendedorismo e da criação de empresas*
- ☐ *Analisar e avaliar as etapas do processo empreendedor*
- ☐ *Identificar áreas de negócio e promover a criação do auto-emprego*
- ☐ *Desenvolver a criatividade, inovação e autonomia*
- ☐ *Desenvolver o espírito crítico e responsabilidade*
- ☐ *Desenvolver o trabalho em equipa*
- ☐ *Estimular a organização e planeamento do trabalho*
- ☐ *Desenvolver a expressão oral e escrita*
- ☐ *Desenvolver a capacidade de pesquisa*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

- ☐ *Raising awareness of the importance of entrepreneurship and business creation*
- ☐ *Analyze and evaluate the steps of the entrepreneurial process*
- ☐ *Identify business areas and promote the creation of self-employment*
- ☐ *Develop creativity, innovation and autonomy*
- ☐ *Develop critical thinking and responsibility*
- ☐ *Develop teamwork*
- ☐ *Stimulate the organization and planning of work*
- ☐ *Develop oral and written expression*
- ☐ *Develop research capacity*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

- 1. A revolução Empreendedora**
  - *Caracterização do Empreendedorismo*
  - *Competências empreendedoras*
  - *Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento Económico*
  - *Ética e empreendedorismo*
- 2. O Processo Empreendedor**
  - *O Contexto empreendedor*
  - *Da ideia à oportunidade de negócio*
  - *Criação e selecção de ideias*
- 3. O Plano de Negócio**
  - *Plano Organizacional*
  - *Plano de Marketing*
  - *Plano Financeiro*

**6.2.1.5. Syllabus:**

- 1. The Entrepreneurial Revolution**
  - *Characterization of Entrepreneurship*
  - *Entrepreneurial Skills*
  - *Entrepreneurship, Innovation and Economic Development*
  - *Ethics and Entrepreneurship*
- 2. The Entrepreneurial Process**
  - *The Context entrepreneur*
  - *From idea to business opportunity*
  - *Creation and selection of ideas*
- 3. The Business Plan**
  - *Organizational Plan*
  - *Marketing Plan*
  - *Financial Plan*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*O primeiro ponto do programa (capítulo 1) permite a concretização do conhecimento teórico sobre empreendedorismo e a sua importância nas economias das nações, enquanto fonte de criação de riqueza das empresas e de criação de emprego e proactividade nas organizações.*

*Os restantes pontos programáticos (capítulo 2, e 3) permitem a concretização do conhecimento relativo às várias fases do processo empreendedor e à realização do plano de negócios, reforçando o desenvolvimento de competências no que se refere à criação do auto-emprego, assim como ao desenvolvimento de*

*competências relacionadas com criatividade, inovação e autonomia, trabalho em equipa, organização e planeamento do trabalho, expressão oral e escrita e capacidade de pesquisa.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The first point of the program (Chapter 1) covers of theoretical knowledge about entrepreneurship and its importance in the economies of nations as a source of wealth and job creation and improves employability and proactivity in organizations.*

*The remaining programmatic points (Chapter 2, and 3) covers knowledge concerning the various stages of the entrepreneurial process and the achievement of business plan, enhancing skills development in relation to the creation of self-employment as well as the development of skill related to creativity, innovation and autonomy, teamwork, organization and planning of work, orally and in writing and research capacity.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

- *Método expositivo-participativo na apresentação dos conceitos teóricos*
- *Método “learning by doing”, com especial ênfase no trabalho desenvolvido pelos alunos ao longo das aulas, com diversas actividades que facilitarão o desenvolvimento das competências preconizadas. Adicionalmente, existirão actividades que apelarão ao trabalho autónomo do alunos, como a pesquisa sobre um tema específico, a escolher entre a identificação das fontes de financiamento, gestão e mobilização de recursos para determinado fim, tipologia de empresas, programas de apoio à criação de empresas, a identificação de produtos e serviços inovadores ou de uma biografia de um(a) empreendedor(a) e a elaboração de um plano de negócios.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

- *Lecture-participatory method is used for the presentation of theoretical concepts*
- *Method learning by doing, with particular emphasis on team work with various activities that facilitate the development of skill recommended. Additionally, there are activities that appeal to the independent work of students, such as research on a specific theme, choose from the following: identification of funding sources, management and mobilization of resources, types of companies, programs to support business creation, the identification of innovative products and services or a biography of (a) entrepreneur (a) and developing a business plan.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias preconizadas incidem na participação activa dos alunos em qualquer dos tipos de aulas (quer teóricas, quer práticas) e actividades previstas. Através do método expositivo – participativa procura-se transmitir os conceitos teóricos no que concerne, aos fundamentos do empreendedorismo e sua importância na economia enquanto fonte de criação de riqueza das empresas e de criação de emprego.*

*A metodologia “learning by doing”, permite a simulação de situações reais em sala de aula, através de dinâmicas de grupo, análise e discussão de casos e outros trabalhos em grupo, promovendo-se, deste modo, o desenvolvimento de espírito crítico e responsabilidade, criatividade, inovação e autonomia, capacidades de comunicação e capacidades de organização e planeamento e pesquisa.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The proposed methodologies focus on active participation of students in both types of classes (theoretical or practical) and planned activities. The lecture method seeks to teach the theoretical concepts, the fundamentals of entrepreneurship and its importance in the economies of nations as a source of wealth and job creation. The methodology “learning by doing”, allows the simulation of real situations in the classroom, utilizing group dynamics, analysis and discussion of cases and other group work, in order to promote the development of critical thinking and responsibility, creativity, innovation and autonomy, communication skills and organizational skills and planning, and research.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Sarkar, S. (2009) Empreendedorismo e Inovação, Escolar Editora*

### **Mapa IX - Estágio ou Projecto Organizacional Aplicado/Internship or Applied Organisational Project**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Estágio ou Projecto Organizacional Aplicado/Internship or Applied Organisational Project*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*João Paulo Sousa Crespo Laureano Baía - Horas Semestrais: 60h OT*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Carlos Augusto Clamote - Horas Semestrais: 7h OT**Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil - Horas Semestrais: 26h OT**Fernanda Maria de Jesus Andrade - Horas Semestrais: 26h OT**Paulo Duarte Valente Almeida da Silveira - Horas Semestrais: 45h OT***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Carlos Augusto Clamote - Hours per semester: 7h OT**Duarte Miguel da Costa Pessoa Xara Brasil - Hours per semester: 26h OT**Fernanda Maria de Jesus Andrade - Hours per semester: 26h OT**Paulo Duarte Valente Almeida da Silveira - Hours per semester: 45h OT***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***A Unidade Curricular pretende ser uma oportunidade de estabelecer uma efectiva ligação ao mundo organizacional, possibilitando a aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo da parte escolar do curso de Marketing que concorram para a melhoria do desempenho organizacional.**As competências a desenvolver no âmbito do Estágio Curricular ou Projecto Organizacional Aplicado são:*

- *Capacidade de se integrar numa organização, ou de estudar uma realidade empírica;*
- *Capacidade de se relacionar com colegas e com superiores hierárquicos;*
- *Capacidade de realizar actividades próprias do seu campo profissional sob orientação de terceiros;*
- *Contribuir para o desenvolvimento e consolidação das competências técnicas e sociais dos diplomados em contexto organizacional;*
- *Contribuir para a inserção profissional dos diplomados;*
- *Promover um melhor ajustamento entre a oferta e a procura de emprego, através do intercâmbio entre a ESCE e as organizações.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***The curricular unit aims to be an opportunity to establish effective organizational links with the world, enabling the application of knowledge acquired over the marketing program's course that contributes to the improvement of organizational performance.**The skills developed in the context of Internship or Applied Organizational Project are:*

- *Ability to integrate into an organization, or to study an empirical reality;*
- *Ability to relate to colleagues and superiors;*
- *Ability to perform activities in their own professional field under the guidance of others;*
- *Contribute to the development and consolidation of technical and social skills of under-graduates in the organizational context;*
- *To contribute to the employability of graduates;*
- *Promote a better match between supply and demand of employment through the exchange between ESCE and organizations.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***Tendo em conta os objectivos e competências enunciados, o relatório de estágio ou de projecto deve procurar reflecti-los tendo em conta as especificidades do contexto, os objectivos e as actividades próprias de cada estágio ou de cada projecto em concreto.**O relatório de estágio deve abordar os seguintes aspectos: caracterização dos objectivos e do contexto organizacional em que o estágio decorreu; descrição e análise das actividades desenvolvidas durante o estágio; reflexão sobre o contributo do estágio para o desenvolvimento pessoal e profissional do estudante.**O relatório de projecto deve abordar os seguintes aspectos: enquadramento teórico-conceptual sobre o tema em estudo; apresentação e descrição do contexto organizacional em que surge o problema de investigação; definição da metodologia de estudo; apresentação e discussão dos resultados empíricos obtidos; reflexão sobre o contributo do projecto para o desenvolvimento pessoal e profissional do estudante.***6.2.1.5. Syllabus:***Taking into account the objectives and responsibilities set out, the internship report or project should consider the specificities of the context, objectives and activities of the internship or the specific project.**The internship report should address the following aspects: characterization of the objectives and the organizational context in which the internship took place, description and analysis of activities undertaken during the internship; reflection on the contribution of the stage for personal and professional development of the student.**The project report should address the following aspects: theoretical and conceptual framework on the subject under study, presentation and description of the organizational context in which the problem arises of research, definition of the study methodology, presentation and discussion of empirical results; reflection on the contribution of the project for personal and professional development of the student.***6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*O Estágio Curricular pretende ser uma oportunidade de contacto directo e continuado com o exercício profissional desenvolvendo nos estudantes a capacidade de inserção profissional. Tendo em conta os objectivos e competências a desenvolver, o relatório de estágio deve procurar reflecti-los tendo em conta as especificidades do contexto, os objectivos e as actividades próprias de cada estágio em concreto.*

*O Projecto Organizacional Aplicado pretende ser uma oportunidade de desenvolver competências no domínio da investigação científica, criando as bases para a sua compreensão e desenvolvimento. Tendo em conta os objectivos e competências a desenvolver, o relatório de projecto permite o estudo de uma realidade empírica, com vista a aplicação dos conhecimentos adquiridos no estudo e resolução de problemas concretos na área do Marketing. Assim, o projecto procura delimitar o problema a estudar e contribuir para a sua compreensão/resolução.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The Internship intended as an opportunity to direct and continuous contact with professional exercise in developing employability. Taking into account the objectives and competencies to develop, internship reflected these objectives and competencies taking into account the specificities of context, objectives and activities of each intership.*

*The Applied Organisational Project intended as an opportunity to develop skills in scientific research, creating the basis for their understanding and development. Taking into account the objectives and competencies to develop, project report allows the study of an empirical reality in order to apply knowledge acquired in study and resolution specific problems in Marketing area. Thus, project aims defining the problem study and contributes to their understanding/resolution.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Estágio Curricular – consiste na formação em contexto real de trabalho, sob orientação tutorial de um docente e de um responsável da organização de acolhimento, com o objectivo de aplicar e desenvolver competências científicas, técnicas e profissionais na área do Marketing. O júri de avaliação de estágio é composto por três membros: o presidente do júri, o orientador científico, e o orientador da organização de acolhimento. A avaliação é composta por três componentes: o relatório de estágio, a apresentação e discussão do relatório de estágio, e a avaliação de desempenho do estagiário.*

*Orientação Tutorial – sessões individuais de carácter científico/pedagógico, com o objectivo de acompanhamento e orientação no desenvolvimento das competências, através de discussões de temas específicos, apresentação e discussão de resultados de investigação bibliográfica ou empírica autónoma por parte dos alunos. O júri de avaliação da prova e a avaliação são semelhantes ao Estágio.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Internship - is the training in real work, under tutorial guidance of a teacher and an official of the host organization, in order to apply skills and develop scientific and technical professionals in the area of Marketing. The jury evaluation internship consists of three members: the chairman of the jury (the course director or other faculty designee), the scientific supervisor, and supervisor of the host organization. The evaluation consists of three components: the report, the presentation and discussion of the report, and performance evaluation of the student.*

*Tutorial Guidance - individual sessions of scientific / educational, with the aim of monitoring and guidance in the development of skills through discussions of specific topics, presentation and discussion of research results or empirical literature independently by students. The jury and evaluation are similar to internship.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*O Estágio Curricular ou Projecto Organizacional Aplicado pretende ser uma oportunidade de contacto directo e continuado com o exercício profissional, desenvolvendo nos estudantes a capacidade de inserção profissional, e/ou uma oportunidade para desenvolver competências no domínio da investigação científica. A metodologia de Estágio e de Orientação Tutorial representam formas privilegiadas de interacção entre docentes e estudantes, com o objectivo de aplicar e desenvolver competências científicas, técnicas e profissionais, onde se acordam estratégias de aprendizagem, se negociam objectivos específicos a serem concretizados, e se resolvem eventuais problemas inerentes ao processo de aprendizagem.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The Internship or Applied Organizational Project aims to be an opportunity for direct and continuous contact with professional field to develop employability and/or scientific research skills. Internship Methodology and Tutorial Guidance represent privileged interaction forms between teachers and students in order to apply and develop scientific, technical and professional skills, which agree learning strategies, to negotiate specific objectives to be achieved, and solve inherent problems at learning process.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- ESCE, (2012), *Caderno de Apoio ao Estágio Curricular e ao Projecto Organizacional Aplicado*, Setúbal;

- Quivy, R. e Campenhoudt, L.V. (2005), *Manual de investigação em ciências sociais* (5ª ed.), Lisboa: Gradiva.

## Mapa IX - English for Professionals / Inglês para Profissionais

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*English for Professionals / Inglês para Profissionais*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*David Robert Snow; (MOBIL, GDL, MKT, GDLPL) - 45 h TP*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Não aplicável.*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*Not applicable.*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- a) *pesquisar e desenvolver um artigo pelos próprios em Inglês,*
  - I. *identificar questões de pesquisa, citar, referenciar e avaliar a autoridade das fontes, preparar sumários de ideias, argumentos e opiniões de outros autores;*
  - II. *responder logicamente a questões com a forma de um artigo, reconhecendo a contribuição de outros, estabelecidas num artigo com um modelo preparado, incluindo um perfil profissional e uma lista de referências.*
- b) *fazer uma apresentação oral e responder a perguntas sobre um aspecto do artigo perante utilizadores de Inglês como segunda língua,*
  - I. *delinear a estrutura da apresentação, especificar uma data, desenhar a conclusão em conjunto e responder a questões para maximizar a identificação da audiência e o relacionamento com o apresentador.*
- c) *e discutir e editar o seu trabalho à luz da opinião dos seus pares e tutores,*
  - I. *fazer e responder a contribuições de apoio face ao texto escrito,*
  - II. *a apresentações em vídeo,*
  - III. *e a tutorias.*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- a) *to research and author an article in English,*
  - I. *to identify research questions, to cite, reference and assess the authority of sources, prepare summaries of other authors' ideas, arguments and opinions;*
  - II. *to logically answer in the genre of an article the questions put, recognizing the contributions of others, set out within a prepared article template, including professional profile and reference list.*
- b) *to give an oral presentation and take questions on an aspect of the article to 'camera' and an audience of English second-language users,*
  - I. *outlining the structure of the presentation, sign-posting its delivery, drawing together its conclusion and taking questions to maximize audience identification and rapport with the presenter.*
- c) *and to discuss and edit their work in the light of the opinions of their peers and tutors,*
  - I. *make and respond to supportive contributions on written essays,*
  - II. *video performances,*
  - III. *and tutorials.*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Desenvolvimento da língua*
2. *Pesquisa, Fontes, Citação e Referenciação*
3. *Sumarização e perfis*
4. *Forma de escrever artigos*
5. *Apresentação frente à câmara*
6. *Apresentação do Seminário*

### 6.2.1.5. Syllabus:

1. *Your language development*
2. *Research, Sources, Citing and Referencing*
3. *Summarisation and profiles*
4. *Your article writing*
5. *Presenting to Camera*
6. *Seminar Presentation*

### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Principais Objectivos de Aprendizagem*

*a) efectuar pesquisa de um autor e artigo em inglês,*

*b) Fazer uma apresentação oral e responder a perguntas sobre um aspecto do artigo para a “câmara” perante uma audiência de utilizadores de Inglês como segunda língua,*

*c) E discutir e editar o seu trabalho à luz da opinião dos seus pares e tutores*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*a) to research and author an article in English,*

*b) give an oral presentation and take questions on an aspect of the article to ‘camera’ and an audience of English second-language users,*

*c) and to discuss and edit their work in the light of the opinions of their peers and tutors*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Uma mistura de tutorias e aprendizagem suportada por pares em ambiente presencial e online; fortemente enraizada em resultados de aprendizagem de natureza “saber fazer” relacionada com o desenvolvimento individual de um artigo profissional com apresentação oral. A avaliação segue o mesmo procedimento de “saber fazer” – 40% para o artigo desenvolvido individualmente – o tutor atribui uma nota de acordo com os critérios estabelecidos em concordância com o estudante; 40% para a apresentação, atribuída pelo tutor e pares, e 20% para a participação nas tutorias, discussões e apresentações de vídeo, atribuída pelo tutor.*

*Comparência e participação nas aulas:*

*Os objectivos de aprendizagem do curso requerem/exigem que os estudantes orientem a sua própria aprendizagem. A política da ESCE-IPS é baseada na lógica de que a comparência às aulas permite a participação e incentiva o nível de contribuição, que é crucial para uma aprendizagem eficaz e de qualidade com nível superior de ensino.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*A mixture of apprenticeship tutoring with peer-supported learning in face-to-face and online environments; strongly rooted in learning outcomes of a ‘can do’ nature related to individual authoring of a professional article and accompanying oral presentation. Assessment follows the same ‘can do’ procedure – 40% for the individually authored article – tutor graded on student agreed criteria and rubric; 40% on the presentation graded by tutor and peers and 20% by the tutor for participation in tutorials, discussions and video presentation.*

*Class attendance and participation:*

*The learning outcomes of the course require students to drive their own learning. ESCE-IPS’s policy is based on the rationale that class attendance permits participation and encourages the level of contribution that is crucial for effective, quality learning at university level.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A mistura de tutorias e aprendizagem, suportada por ambos pares presencial e online, cria um ambiente onde os participantes (tutores e estudantes) desenvolvem o seu próprio conhecimento num processo de apreciação crítica que reconhece a contribuição de outros.*

*A identificação de questões, formulando-as para que os factos, opiniões e argumentos possam ser pesquisados, lidos, apreciados e só então utilizados para discussões posteriores, seja em forma escrita ou oral, contribui para que os estudantes sejam capazes de, no final do curso, desenvolver textos de autoria própria transmitindo a sua mensagem com mais confiança no mundo de negócios.*

*A experiência ganha através da participação em discussões, de grupos de apoio entre colegas, de tutorias e da auto-avaliação do desempenho escrito e de apresentação fomenta um maior nível de pensamento crítico e de competências de comunicação.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The mixture of apprenticeship tutoring with peer-supported learning, both face-to-face and online, creates an environment whereby participants (tutors and students) develop their own knowledge in a process of critically appreciating the recognised contributions of others.*

*Identifying questions, wording them so that facts, opinion and arguments can be searched, read, appraised and then used to further the discussion, be it in a written or oral form contribute to students being able at the end of the course to author with greater confidence their own message in the business world.*

*Experience gained through participation in discussions, peer support groups, supporting peers’ performances, tutorials and auto-review of written and presentation performance contribute to attaining a higher level of*



*critical thinking and communication skills.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*N.A.*

### 6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem

---

#### 6.3.1. Adaptação das metodologias de ensino e das didácticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.

*Como se pode verificar nas Fichas de Unidade Curricular há uma preocupação em utilizar as metodologias de ensino e didáticas que melhor se adequem aos objetivos de aprendizagem das unidades curriculares, estando as mesmas adaptadas aos referidos objetivos.*

#### 6.3.1. Adaptation of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

*As shown in Curricular Unit Sheets there is a concern with using the methodologies education and teaching best suited to the learning objectives of curricular units, being they adapted to these objectives.*

#### 6.3.2. Verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

*Não existem procedimentos sistematizados para esta monitorização. No entanto esta lacuna tem sido referida em diversas reuniões estando em estudo a implementação de procedimentos adequados. Os estudantes referem por vezes existir discrepância entre carga média de trabalho e ECTS.*

#### 6.3.2. Verification that the required students average work load corresponds the estimated in ECTS.

*There are no systematic procedures for monitoring this. However this gap has been reported in several meetings and is studying the implementation of appropriate procedures. Students refer sometimes be different from average load of work and ECTS.*

#### 6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Não existem procedimentos sistematizados a este nível. Somente quando são apontados problemas se analisa a situação.*

#### 6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning outcomes.

*There are no systematic procedures at this level. Only when problems are pointed out the situation is analyzed.*

#### 6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.

*Das metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas destacam-se:*

*1) Orientação Tutorial – de carácter científico/pedagógico, permite o acompanhamento/orientação no desenvolvimento das competências, através de discussões de temas específicos, apresentação/discussão de resultados de investigação bibliográfica/empírica autónoma feita pelos alunos. Está presente na Unidade Curricular de "Estágio ou Projeto Organizacional Aplicado", na realização dos trabalhos finais do ciclo de estudos.*

*2) Orientação Prática - realização de trabalhos individuais/grupo de investigação e pesquisa que promovam um papel mais activo pelos estudantes.*

*3) Seminários/Workshops/Aulas Abertas – apresentação e discussão de temas específicos da área.*

*Actividades*

*organizadas por entidades externas ou oferecidas pela unidade curricular, que visam o aprofundamento de temas específicos, com recurso a académicos e profissionais das organizações.*

#### 6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.

*Among teaching methodologies that facilitate the students participation in scientific activities are:*

*1) Tutorial Guidance - scientific/educational level, allows monitoring/guidance in skills development, through discussions of specific topics, presentation/discussion results of independently research literature/empirical made by students. Is especially present in the Curricular Unit "Stage or Applied Organizational Project", at the work end of the study cycle.*

*2) Practical Guidance - carrying out individual/group work of investigation and research that promote active role by students.*

*3) Seminars/Workshops/Open Classes - presentation and discussion specific topics area. Activities organized by external organizations or offered by curricular unit, seeking a deeper exploration specific topics, using academic people and/or organizations professionals.*

## 7. Resultados

### 7.1. Resultados Académicos

#### 7.1.1. Eficiência formativa.

##### 7.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	2008/09	2009/10	2010/11
N.º diplomados / No. of graduates	38	76	51
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	1	74	29
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	0	0	20
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	1	1
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	1	1
	<b>39</b>	<b>152</b>	<b>102</b>

#### Perguntas 7.1.2. a 7.1.3.

##### 7.1.2. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respectivas unidades curriculares.

*Para o 1º ano, o rácio "aprovados/avaliados" sofreu uma redução de quase 3 pontos percentuais entre 2009/2010 e 2010/2011. As Unidades Curriculares em que entre 2009/2010 e 2010/2011 registaram variações percentuais superiores a 10% foram Análise de Dados, Multimédia e Política de Preço, verificando-se um aumento daquele rácio em Economia, Informática, Introdução à Gestão, e Política de Produto.*

*No que se refere ao 2º ano, o rácio "aprovados/inscrito" sofreu um aumento de cerca de 5 pontos percentuais atingindo o valor máximo dos últimos três anos. As Unidades Curriculares em que neste período registaram decréscimos superiores a 10% foram Inglês e E-Business.*

*No que se refere ao 3º ano, o rácio "aprovados/inscritos" sofreu um decréscimo superior a 12 pontos percentuais entre 2009/2010 e 2010/2011. As Unidades Curriculares que neste período registaram decréscimos superiores a 10% foram Empreendedorismo, CRM, Projecto em Marketing, Gestão da Qualidade, e Estágio.*

##### 7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study cycle and related curricular units.

*For the 1st year, the ratio "approved / evaluated" was reduced by almost 3 percentage points between 2009/2010 and 2010/2011. The Curricular Units that between 2009/2010 and 2010/2011 recorded percentage changes greater than 10% were Data Analysis, Multimedia and Price Policy, verifying that an increased ratio of Economics, Computing, Introduction to Management and Policy product.*

*As for the 2nd year, the ratio "approved / registered" has increased by about 5 percentage points reaching the maximum value of the last three years. The Curriculum Units in that period shrank more than 10% were English and E-Business.*

*With respect to 3 years, the ratio "approved / subscribers" suffered a decrease exceeding 12 pp between 2009/2010 and 2010/2011. The Curriculum Units that period shrank more than 10% were Entrepreneurship, CRM, Project Marketing, Quality Management and Internship.*

##### 7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de acções de melhoria do mesmo.

*A monitorização do sucesso escolar tem sido objeto de análise. Os relatórios de monitorização identificam as situações, quantificam-nas, procuram identificar as causas e sugerem intervenções que contribuam para aumentar o sucesso.*

##### 7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.

*The monitoring of school success has been the object of analysis. Monitoring reports identify situations, quantify them, seek to identify causes and suggest interventions that contribute to increasing success.*

#### 7.1.4. Empregabilidade.

##### 7.1.4. Empregabilidade / Employability

	%
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em sectores de actividade relacionados com a área do ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment in areas of activity related with the study cycle area	94
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de actividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	6
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego até um ano depois de concluído o ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment until one year after graduating	65
	165

## 7.2. Resultados das actividades científicas, tecnológicas e artísticas.

### Pergunta 7.2.1. a 7.2.6.

#### 7.2.1. Indicação do(s) Centro(s) de Investigação devidamente reconhecido(s), na área científica predominante do ciclo de estudos e respectiva classificação.

*A ESCE dispõe de um Centro de Investigação em Ciências Empresariais - CICE - no âmbito do qual funciona um Laboratório de Marketing, embora esta estrutura ainda não esteja reconhecida pela FCT. Contudo, diversos docentes que integram o programa de formação são membros ou colaboram regularmente em Centros Universitários reconhecidos, nomeadamente:*

- *DINÂMIA'CET-IUL, Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica e o Território (Classificação: Excelente)*
- *GOVCOPP, Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas, da Universidade Aveiro (Classificação: Muito Bom)*
- *CIEO, Centro de Investigação do Espaço e das Organizações, da Universidade do Algarve (Classificação: Muito Bom)*
- *CEFAGE-UE, Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia da Universidade de Évora (Classificação: Excelente)*
- *UNIDE/ISCTE/IUL – Unidade de Investigação para o Desenvolvimento Empresarial, ISCTE/Intituto Universitário de Lisboa (Classificação: Excelente).*

#### 7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study cycle and its mark.

*ESCE has a Centre for Research in Management Sciences - CICE - under which runs a Laboratory of Marketing. This Centre is not yet recognized by FCT. However, most teachers who are part of the Training Program are members or collaborators on a regular basis in national research centers recognized by FCT. Some of that Centres are:*

- *DINÂMIA ' CET-ONE, Centre for studies on the socio-economic Change and the territory (rating: excellent)*
- *GOVCOPP, research unit in governance, public policy and Competitiveness, of Ghent University Aveiro (rating: very good)*
- *CIEO space research centre, and organisations of the University of Algarve (your rank: very good)*
- *CEFAGE-EU, Center for the study and advanced training in management and Economics at the University of Évora (rating: excellent)*
- *UNIDE/ISCTE/Research Unit – ONE for the development of enterprise, ISCTE/Lisbon University Institute (rating: excellent).*

#### 7.2.2. Número de publicações do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos 5 anos e com relevância para a área do ciclo de estudos.

42

#### 7.2.3. Outras publicações relevantes.

*A produção científica realizada pelo corpo docente nos últimos 5 anos, com relevância para a área científica do curso, tem sido bastante ampla e diversificada destacando-se as 67 publicações de diversas naturezas como, por exemplo, publicações de artigos em actas de congressos ou capítulos de livros. É de realçar, no entanto, a dificuldade em garantir um esforço colectivo mais intenso ao nível da investigação e produção científica dada a elevada carga de trabalho docente ao nível das horas de contacto, a grande disponibilidade para apoiar os estudantes, a falta de estruturas de apoio técnico administrativo, a ausência de licenças sabáticas e a dificuldade em aceder a financiamentos para investigação científica.*

#### 7.2.3. Other relevant publications.

*The teachers scientific publications in the last five years, with relevance to the scientific area, has been very broad and diverse with emphasis on 67 publications of different natures had been developed as, for example, article publications of papers in actsof congresses or book chapters. It should be noted, however, the difficulty in securing a more intense collective effort to support scientific research and production given the high level of teacher's workload. That is a consequence of the great willingness to support the students, the lack of technical and administrative structures, the absence of sabbaticals and the difficulty in accessing funding for*

*scientific research.*

#### **7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.**

*As actividades desenvolvidas representam um investimento em termos de valorização científica, pedagógica, tecnológica com impacto significativo junto da comunidade científica, dos alunos e do tecido empresarial. A produção científica teve como objetivo principal contribuir para o avanço do conhecimento na área de Marketing. Algumas das actividades foram desenvolvidas em parceria com empresas, facilitando o seu auto-conhecimento em áreas muito específicas, partilhando informação útil com um conjunto de stakeholders, contribuindo de uma forma direta e indireta para possíveis melhorias no seu desempenho e competitividade. Neste sentido, para além de representarem um avanço no conhecimento científico desta área, estas actividades têm importantes implicações práticas para os gestores de marketing.*

#### **7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.**

*These activities represent an investment in terms of scientific, educational, technological and artistic value with significant impacts to the scientific community, the students and the business community. The scientific production aims contributing to the advancement of knowledge on Marketing. Some of the activities have been developed in partnership with companies, facilitating their self-knowledge in very specific areas, sharing useful information with a range of stakeholders, contributing in a direct and indirect way for possible improvements in its performance and competitiveness. In this sense, beyond represent an advance in scientific knowledge in this area, these activities have important practical implications for marketeers.*

#### **7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.**

*n/a*

#### **7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.**

*n/a*

#### **7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.**

*O IPS adotou (em Fevereiro de 2011) a Plataforma De Góis com o objetivo de registar a produção técnica e científica dos seus docentes e, tendo por base as funcionalidades da plataforma, poder aceder e disponibilizar*

*indicadores adequados. Estes indicadores passarão a integrar os relatórios de monitorização do IPS (com início em 2012).*

#### **7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.**

*The IPS adopted (in February of 2011) the Platform De Góis with the objective to register the technical and scientific production of its professors and, based on the functionalities of the platform, power to accede and to*

*turn available adequate indicators. These indicators will start to integrate the monitoring reports of the IPS (beginning in 2012).*

### **7.3. Outros Resultados**

---

#### **Perguntas 7.3.1 a 7.3.3**

#### **7.3.1. Actividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada.**

*Foram efetuadas as seguintes atividades no âmbito da prestação de serviços e da formação avançada:*  
*- Formação Avançada: apresentação de relatórios; comunicações em congressos e colóquios doutorais.*

#### **7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training.**

*The following activities in the scope of consultancy and advanced training took place:*  
*- Advanced training: presentation of reports; communications in congresses; and doctoral colloquiums.*

#### **7.3.2. Contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a acção cultural, desportiva e artística.**

*Contributo para o:*

- Desenvolvimento pessoal dos investigadores, da investigação e da Instituição;*
- Melhor conhecimento das temáticas investigadas junto das partes interessadas e a promoção do desenvolvimento da investigação nestes contextos.*

### 7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.

*Contribution for the:*

- *Investigators personal development and, the research and the Institution;*
- *Better knowledge of the thematic investigated next to the interested parts and the promotion of the research development in these contexts.*

### 7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado.

*As informações divulgadas ao exterior sobre o IPS e as respectivas unidades orgânicas são disponibilizadas através das respectivas páginas web, bem como as brochuras existentes, fazem uma caracterização geral da instituição, dos seus recursos e serviços e, ao nível dos ciclos de estudo, apresentam, entre outros, os Planos de Estudos, Objectivos, Coordenação, Condições de Acesso e Vagas, de todos os cursos, que se consideram adequados e actualizados.*

*De referir, também, que se encontram disponibilizados os relatórios anuais de monitorização (Relatórios de Bolonha). A comunicação institucional do IPS é da responsabilidade do GICOM.*

### 7.3.3. Adequacy of the information made available about the institution, the study cycle and the education given to students.

*The information about IPS and its organizational units disseminated to the outside is available through the Websites and brochures make a general characterization of the institution, its resources and services and, relative to the study cycles they present, among others, the Study Plans, Objectives, Coordination, Entry Requirements and Vacancies, for all study cycles, and this information is considered appropriate and updated. It should be noted, also, that annual monitoring reports (Reports of Bologna) are also available on the Website. The institutional communication of the IPS is the responsibility of GICOM.*

### 7.3.4. Nível de internacionalização

#### 7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros / Percentage of foreign students	3.8
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade / Percentage of students in international mobility programs	2
Percentagem de docentes estrangeiros / Percentage of foreign academic staff	2
	7.8

## 8. Análise SWOT do ciclo de estudos

### 8.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

#### 8.1.1. Pontos fortes

- *Objectivos do curso são coerentes com a missão da ESCE;*
- *Objectivos do plano de estudos cumprem os requisitos da formação de 1º ciclo em Marketing exigidos no âmbito do processo de Bolonha;*
- *Objectivos do curso cumprem os requisitos de internacionalização, uma vez que o plano formativo tem sido atractivo, aspecto que é comprovado pelo número de alunos Erasmus em mobilidade incoming;*
- *Política de Estágios curriculares na licenciatura que facilitam a integração no mundo empresarial.*

#### 8.1.1. Strengths

- *Objectives of the course are consistent with the mission of ESCE;*
- *Objectives of the curriculum meet the requirements of a training phase in Marketing required under the Bologna process;*
- *Objectives of the course meet the requirements of internationalization, since the training plan has been attractive aspect is evidenced by the number of incoming Erasmus students mobility;*
- *Policy Internships in undergraduate curricula that facilitate integration into the business world.*

#### 8.1.2. Pontos fracos

- *Dificuldade de articulação do início do Estágio e timing da sua conclusão, com a oferta de estágios e colocação dos alunos nas empresas.*

#### 8.1.2. Weaknesses

- *Difficulty in articulating the start of Internship and timing of its completion, offering internships and*

*placement of students in enterprises.*

#### 8.1.3. Oportunidades

- *Alargamento das parcerias existentes com intercâmbio de docentes e estudantes de outras instituições, fora do âmbito Erasmus, promovendo a criação de ligações a nível nacional com outras instituições de ensino superior com oferta formativa semelhante;*
- *Maior ligação ao mundo empresarial em projectos de consultoria com a participação dos alunos;*
- *Desenvolvimento de novas ofertas de estudos em relação a áreas chave da economia regional.*

#### 8.1.3. Opportunities

- *Extension of existing partnerships with exchanges of teachers and students from other institutions outside the scope Erasmus, promoting the creation of links with other institutions of higher education with similar training supply;*
- *Increased connection to the business world consulting projects with the participation of students;*
- *Development of new offers studies in relation to key areas of the regional economy.*

#### 8.1.4. Constrangimentos

- *Dificuldade cada vez maior no recrutamento de especialistas que complementam o corpo docente permanente, por razões de ordem meramente burocrática e legislativa;*
- *Crise económica com o reflexo em termos de capacidade económica;*
- *Envelhecimento de uma forma geral da população;*
- *Falta de empregabilidade dos jovens e consequente desmotivação na prossecução dos estudos a nível superior.*

#### 8.1.4. Threats

- *Increasing difficulty in recruiting specialists to complement the permanent faculty, for reasons of a purely bureaucratic and legislative;*
- *Economic Crisis with the reflex in terms of economic capacity;*
- *aging in general population;*
- *Lack of youth employability and consequent lack of motivation in pursuing studies in higher education.*

## 8.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

---

#### 8.2.1. Pontos fortes

- *Realização de reuniões periódicas, ao nível de coordenação das equipas das várias UCs;*
- *Reuniões periódicas ao nível da coordenação do Departamento e que estão previstas nos Estatutos da Unidade Orgânica, o que possibilita o balanço periódico das actividades desenvolvidas por semestre e auscultação dos vários intervenientes na leccionação das UC da área de especialização do curso;*
- *Relatórios anuais ao nível do ciclo de estudos;*
- *Preocupação institucional com as taxas de insucesso e abandono escolares*
- *Facilidade na comunicação entre docentes e estudantes.*

#### 8.2.1. Strengths

- *Regular meetings at the level of coordination of several teams of PAs;*
- *Regular meetings at the level of coordination of the Department and are provided in the Statute of the Organic Unit, which allows the balance of the regular activities per semester and consultation of various stakeholders in the teaching of UC's area of expertise of the course;*
- *Annual reports to the level of the course;*
- *Concern with institutional rates of failure and early school leaving*
- *Ease of communication between teachers and students.*

#### 8.2.2. Pontos fracos

- *Ausência de reuniões periódicas entre docentes das várias áreas científicas que leccionam directamente no curso;*
- *A responsabilização pela qualidade de funcionamento do 1º ciclo de estudos encontra-se diluída por vários níveis da estrutura, exigindo maior esforço nas acções de coordenação;*
- *Pouca participação dos estudantes nas várias actividades organizadas pela U.O ou IPS;*
- *Falta de apoio aos docentes e excesso de carga administrativa/burocrática;*
- *Visão economicista de corte de despesas condicionador do desenvolvimento científico da equipa docente.*

#### 8.2.2. Weaknesses

- *Lack of regular meetings between teachers of various scientific disciplines who teach in the direct path;*
- *Accountability for the quality of operation of the 1st cycle of studies is diluted by various levels of the structure, requiring greater effort in coordination activities;*
- *Low student participation in various activities organized by the OU or IPS;*

- *Lack of support for teachers and excessive red tape / bureaucracy;*
- *Vision economicist cost-cutting conditioner scientific development of the teaching staff.*

### 8.2.3. Oportunidades

- *Implementação de um Sistema Interno de Garantia da Qualidade (exigência A3ES), facilitador dos processos de acreditação futura;*
- *Contributo do processo de realização dos Relatórios de concretização do Processo de Bolonha para a implementação de um sistema de monitorização e de um SIGQ;*
- *Implementação eficaz da estrutura do SIGIPS (estruturas central e locais da qualidade) e da UNIQUA.*

### 8.2.3. Opportunities

- *Implementing a System Internal Quality Assurance (A3ES requirement), facilitator of the future accreditation processes;*
- *Contribution in the completion of the implementation reports of the Bologna Process to implement a monitoring system and a SIGQ;*
- *Effective implementation of the structure of SIGIPS (central and local structures of quality) and Uniqua.*

### 8.2.4. Constrangimentos

- *Dificuldades de articulação entre as estruturas da Qualidade (central e locais);*
- *Falta de clarificação dos critérios de acreditação dos cursos;*
- *Excesso de trabalho administrativo dos docentes.*

### 8.2.4. Threats

- *Difficulties of articulation between the structures of Quality (central and local);*
- *Lack of clarification of the criteria for accreditation of courses;*
- *Too much paperwork for teachers.*

## 8.3. Recursos materiais e parcerias

---

### 8.3.1. Pontos fortes

- *Fontes de estudo alternativas disponibilizadas aos alunos, nomeadamente biblioteca e acesso a Bases de Dados científicas;*
- *Salas de aula bem apetrechadas com equipamento informático e software adequado ao desenvolvimento das práticas pedagógicas;*
- *Ligação às empresas com convite a especialistas na área do Marketing para aulas abertas e seminários, a nível das várias UCs do curso;*
- *Parcerias com entidades empregadoras para a realização de estágios curriculares.*

### 8.3.1. Strengths

- *Sources of study options available to students, including library and access to scientific data base;*
- *Classrooms well equipped with hardware and software suitable for the development of teaching practices;*
- *Connecting businesses with invitation to experts in the field of Marketing for open classes and seminars at the various course UCs;*
- *Partnerships with employers to carry out internships.*

### 8.3.2. Pontos fracos

- *Deficiente manutenção dos equipamentos e instalações;*
- *Reduzido número de parcerias com o mundo empresarial e outras organizações;*
- *Processos administrativos e de gestão muito demorados (ex. disponibilização de horários tardios e sujeitos a inúmeras rectificações no início dos semestres);*
- *Em muitos casos não existem parcerias formalizadas em protocolo.*

### 8.3.2. Weaknesses

- *Poor maintenance of equipment and facilities;*
- *Reduced number of partnerships with business and other organizations;*
- *Process management and administrative time consuming (eg provision of late hours and subjected to numerous corrections in the early semesters);*
- *In many cases partnerships are not formalized in a protocol.*

### 8.3.3. Oportunidades

- *Necessidade de complementar as competências internas com recursos profissionalizantes externos;*
- *Necessidade de oferta de formação ao nível do 2º ciclo na área de especialização de Marketing;*
- *Proximidade do contexto do curso com o mercado de trabalho, facilitando a realização de projectos em parceria;*

- *Desenvolvimento de parcerias com os PALOP'S.*

#### 8.3.3. Opportunities

- *The need to supplement internal skills with external professional resources;*
- *The need to offer training at the 2nd cycle in the area of marketing expertise;*
- *Proximity to the context of the course with the labor market, facilitating the realization of projects in partnership;*
- *Development of partnerships with PALOP'S.*

#### 8.3.4. Constrangimentos

- *Dificuldade financeira para concretização de actividades não lectivas mas complementares à formação como por exemplo visitas de estudo a empresas ou outras organizações de âmbito mais cultural ou turístico e com ligação ao marketing.*

#### 8.3.4. Threats

- *Financial difficult to achieve activities of non-teaching but complementary to formation such as study visits to other companies or organizations of a more cultural or tourism and links to marketing.*

## 8.4 Pessoal docente e não docente

---

#### 8.4.1. Pontos fortes

- *Maioritariamente o corpo docente afecto ao curso apresenta uma elevada qualificação;*
- *Maioria do corpo docente da área de especialização do curso a tempo integral encontra-se em formação avançada (doutoramento), sendo uma mais-valia quando analisado comparativamente com o grau de qualificação do corpo docente de outras instituições da UE, ao nível do Ensino Politécnico;*
- *Um corpo docente dedicado e flexível em relação às exigências e desafios colocados no ensino;*
- *Competências complementares do corpo docente (mundo académico e mundo empresarial).*

#### 8.4.1. Strengths

- *Mostly teachers assigned to the course are highly qualified;*
- *Most faculty in the area of specialization of full-time course is in advanced training (doctoral), and an added value when analyzed in comparison with the degree of qualification of the faculty of other EU institutions, the level of education Polytechnic;*
- *A dedicated faculty and flexible to the demands and challenges in education;*
- *Additional Skills faculty (academic and business world).*

#### 8.4.2. Pontos fracos

- *Falta de recursos para alargar o apoio institucional à formação avançada dos docentes da área de especialização do curso;*
- *Falta de recursos para apoio aos docentes em tarefas administrativas.*

#### 8.4.2. Weaknesses

- *Lack of resources to expand the institutional support for advanced training of teachers in the area of specialization of the course;*
- *Lack of resources to support teachers in administrative tasks.*

#### 8.4.3. Oportunidades

- *Empresas receptivas ao desenvolvimento de projectos conjuntos;*
- *Existência de redes de investigação;*
- *Desenvolvimento científico com base na investigação de suporte às UC's.*

#### 8.4.3. Opportunities

- *Companies receptive to the development of joint projects;*
- *Existence of research networks;*
- *Development based on scientific research to support UC's.*

#### 8.4.4. Constrangimentos

- *Restrições à contratação de pessoal docente e não docente;*
- *Restrições ao financiamento das qualificações;*
- *Carga de trabalho (lectivo e não lectivo) dos docentes pode impedir o desenvolvimento de investigação com os estudantes.*

#### 8.4.4. Threats



- *Restrictions on the hiring of teachers and other staff;*
- *Restrictions on funding of qualifications;*
- *Workload (academic and non academic) teachers can prevent the development of research with students.*

## 8.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

---

### 8.5.1. Pontos fortes

- *Grande disponibilidade de obras de referência no fundo documental da ESCE;*
- *Espaços/recursos de aprendizagem disponibilizados aos estudantes;*
- *Diversidade dos instrumentos de avaliação;*
- *Existência de uma boa imagem do curso entre os alunos;*
- *Aulas teóricas e práticas;*
- *Existência de um ambiente de proximidade professor/aluno o que contribui para a criação de boas condições de motivação e aprendizagem;*

### 8.5.1. Strengths

- *Great availability of reference literature in the ESCE Documentation Centre;*
- *Spaces / learning resources available to students;*
- *Diversity of assessment tools;*
- *Good idea about the course among the students;*
- *Lectures and practical;*
- *Environment of close teacher/student relationship who contributes the creation of good conditions of motivation for learning;*

### 8.5.2. Pontos fracos

- *Fraca autonomia dos estudantes para o desenvolvimento do estudo aprofundado das várias matérias leccionadas.*

### 8.5.2. Weaknesses

- *Poor students' autonomy in the development of in-depth study of the various subjects taught.*

### 8.5.3. Oportunidades

- *A oferta de Estágios curriculares continua a ser uma oportunidade de excelência para os estudantes finalistas viverem uma experiência no mundo empresarial, constituindo por vezes a primeira oportunidade de emprego;*
- *Possibilidade de reingresso de estudantes para completarem a formação inicial ao nível do 2º ciclo;*
- *Expectativa dos estudantes em ingressarem no 2º ciclo de estudos, o que constitui uma oportunidade para alargamento da oferta formativa na área de especialização de Marketing.*

### 8.5.3. Opportunities

- *The provision of curriculum internship continues to be an excellent opportunity for graduate students to experience an experience in the business world, being sometimes the first opportunity for employment;*
- *Possibility of re-entry students to complete their initial training at the 2nd cycle;*
- *Expectations of students entering the 2nd cycle of studies, which provides an opportunity for extending the educational offer in the area of specialization in Marketing.*

### 8.5.4. Constrangimentos

- *Dificuldade das empresas em recrutarem maior número de estudantes com estágios remunerados decorrentes da crise económica;*
- *Dificuldades financeiras das famílias que de certa forma poderão condicionar a procura dos estudantes por formação de nível superior.*

### 8.5.4. Threats

- *Difficulty in recruiting companies greater number of students with paid internships under the economic crisis;*
- *Financial difficulties of the families that somehow may drive the demand of students for tertiary level.*

## 8.6. Processos

---

### 8.6.1. Pontos fortes

- *Articulação sequencial dos programas das unidades curriculares;*
- *Interdisciplinaridade que permite a aquisição de competências em várias áreas de conhecimento da gestão;*
- *Variedade de metodologias de aprendizagem utilizadas (aulas teóricas, práticas, teóricas-práticas e laboratoriais);*

- *Utilização de tecnologias de e-learning, facilitando o estudo aos alunos que por menor disponibilidade não possam assistir às aulas com a assiduidade desejável;*
- *Criação da Unidade de Desenvolvimento, Reconhecimento e Validação de Competências e implementação dos processos de reconhecimento de aprendizagem informal e não formal;*

#### 8.6.1. Strengths

- *Articulation of sequential programs of curriculum units;*
- *Interdisciplinarity that allows the acquisition of skills in various areas of knowledge management;*
- *Variety of learning methodologies used (theoretical, practical, theoretical and practical and laboratory);*
- *Use of e-learning technologies, facilitating the students to study for lower availability can not attend classes with regular attendance desirable;*
- *Creation of the Unit of Development, Recognition and Validation of Competencies and implementation of procedures for the recognition of non-formal and informal learning.*

#### 8.6.2. Pontos fracos

- *Processos administrativos e de gestão muito demorados (ex. disponibilização de horários tardios e sujeitos a inúmeras rectificações no início dos semestres);*
- ☐ • *Insuficiência ao nível da medição do cumprimento dos objectivos de aprendizagem, para além do sucesso académico.*

#### 8.6.2. Weaknesses

- *Process management and administrative time consuming (eg provision of late hours and subjected to numerous corrections in the early semesters);*
- *Failure at measuring the achievement of learning goals, in addition to academic success.*

#### 8.6.3. Oportunidades

- *Investimento nos recursos de aprendizagem disponibilizados aos estudantes (exploração das TIC; uso de plataformas colaborativas).*

#### 8.6.3. Opportunities

- *Investment in learning resources available to students (exploitation of ICT, use of collaborative platforms).*

#### 8.6.4. Constrangimentos

- *Excesso de trabalho administrativo dos docentes;*
- *Restrições à contratação de pessoal docente e não docente;*
- *Restrições ao financiamento das qualificações.*

#### 8.6.4. Threats

- *Too much paperwork for teachers;*
- *Restrictions on the hiring of teachers and other staff;*
- *Restrictions on financing qualifications.*

## 8.7. Resultados

---

#### 8.7.1. Pontos fortes

- *Taxas de sucesso dos alunos avaliados;*
- *Nível de empregabilidade e capacidade de evolução profissional revelada pelos estudantes;*
- *Aquisição e fortalecimento de competências a nível pessoal, como por exemplo aumento da capacidade de iniciativa e de resolução de problemas, da gestão do tempo e do trabalho em equipa.*

#### 8.7.1. Strengths

- *Success rates of students evaluated;*
- *Level of employability and capacity of professional development revealed by students;*
- *Acquisition and strengthening of skills on a personal level, such as increased capacity for initiative and problem solving, time management and teamwork.*

#### 8.7.2. Pontos fracos

- *Reduzida taxa de sucesso em algumas UCs do 1º ano da licenciatura.*

#### 8.7.2. Weaknesses

- *Low success rate in some curricular units of the 1st year of degree.*

**8.7.3. Oportunidades**

- *Criação de parcerias com entidades empregadoras para a realização de projetos que permitam aos estudantes aplicarem os conhecimentos adquiridos e, em simultâneo contribuírem para a implementação das melhores práticas empresariais;*
- *Criação de bolsas de projetos de investigação que permitam a especialização dos estudantes em determinadas áreas do conhecimento em Marketing.*

**8.7.3. Opportunities**

- *Creation of partnerships with employers to carry out projects that enable students to apply their knowledge and simultaneously contribute to the implementation of best business practices;*
- *Creation of research grants for projects that allow the specialization of students in certain areas of knowledge in marketing.*

**8.7.4. Constrangimentos**

- *Conjuntura económica e menos verbas disponíveis para financiamentos e apoios aos docentes e aos estudantes.*

**8.7.4. Threats**

- *Economic Situation and less money available for funding and support for teachers and students.*

## 9. Proposta de acções de melhoria

### 9.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

---

**9.1.1. Debilidades**

- *Existe uma dificuldade de conjugação dos interesses dos alunos e da Uc de estágio com os interesses das empresas no que se refere ao início e final do Estágio.*

**9.1.1. Weaknesses**

- *There is a difficulty in combining the interests of students and UC internship with business interests in relation to the beginning and end of the internship.*

**9.1.2. Proposta de melhoria**

- *Realizar reuniões com alunos e representantes das empresas de sensibilização para a necessidade de concluir o Estágio em determinado timing de modo a não afectar o normal funcionamento do ano lectivo.*

**9.1.2. Improvement proposal**

- *Hold meetings with students and companies representatives to raise awareness of the need to complete the internship in a given timing so as not to affect the normal functioning of the school year.*

**9.1.3. Tempo de implementação da medida**

- *Até ao início do próximo ano lectivo, com continuidade no início dos anos lectivos seguintes.*

**9.1.3. Implementation time**

- *By the beginning of next school year, with continuity in the early school years following.*

**9.1.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

- *Alta.*

**9.1.4. Priority (High, Medium, Low)**

- *High.*

**9.1.5. Indicador de implementação**

- *Realização de reuniões com alunos e empresas.*

**9.1.5. Implementation marker**

- *Meetings with students and companies.*

## 9.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade.

---

### 9.2.1. Debilidades

- a) *Inexistência de reuniões periódicas entre os docentes das várias UCs que integram o curso;*
- b) *Diluição da responsabilidade pela qualidade de funcionamento do curso por vários níveis da estrutura;*
- c) *Reduzida participação dos estudantes em actividades da ESCE ou IPS;*
- d) *Falta de apoio aos docentes em funções administrativas;*
- e) *Implicações da redução de custos no desenvolvimento científico dos docentes.*

### 9.2.1. Weaknesses

- a) *Lack of regular meetings between teachers of various PAs that are part of the course;*
- b) *Diffusion of responsibility for the quality of operation of the course for several levels of structure;*
- c) *Reduced student participation in activities of ESCE or IPS;*
- d) *Lack of support for teachers in administrative functions;*
- e) *Implications of cost reduction in the scientific development of teachers.*

### 9.2.2. Proposta de melhoria

- a) *Realização de reuniões periódicas entre os docentes das várias UCs que integram o curso;*
- b) *Maior definição da responsabilidade pela qualidade de funcionamento do curso em cada nível da estrutura;*
- c) *Maior envolvimento, através de campanhas de sensibilização, dos estudantes em actividades da ESCE ou IPS;*
- d) *Gestão mais eficiente do pessoal não docente nas funções administrativas de apoio aos docentes, e desburocratização e desmaterialização de processos administrativos;*
- e) *Acções de incentivo à realização de projectos de investigação (exemplo: concursos a bolsas de investigação).*

### 9.2.2. Improvement proposal

- a) *Regular meetings between teachers of various PAs that are part of the course;*
- b) *Increased responsibility for defining the functional quality of the course at each level of the structure;*
- c) *Greater involvement through awareness campaigns, students' activities ESCE or IPS;*
- d) *More efficient management of non-teaching staff in administrative functions in support of teachers, and reducing bureaucracy and administrative procedures dematerialization;*
- e) *Actions to promote implementation of research projects (eg research scholarships competitions).*

### 9.2.3. Tempo de implementação da medida

- a) *No início de cada semestre;*
- b) *Próximo ano lectivo;*
- c) *No início da cada semestre;*
- d) *Próximo ano lectivo;*
- e) *Próximo ano lectivo.*

### 9.2.3. Improvement proposal

- a) *At the beginning of each semester;*
- b) *Next school year;*
- c) *At the beginning of each semester;*
- d) *Next school year;*
- e) *Next school year.*

### 9.2.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

- a) *Alta;*
- b) *Média;*
- c) *Alta;*
- d) *Média;*
- e) *Média.*

### 9.2.4. Priority (High, Medium, Low)

- a) *High;*
- b) *Medium;*
- c) *High;*
- d) *Medium;*
- e) *Medium.*

### 9.2.5. Indicador de implementação

- a) Realização de reuniões periódicas entre os docentes das várias UCs que integram o curso;*
- b) Definição mais precisa, pelos órgãos competentes, da responsabilidade pela qualidade de funcionamento do curso em cada nível da estrutura;*
- c) Realização de reuniões com os estudantes que propovam o seu envolvimento em actividades da ESCE ou IPS;*
- d) Definição de indicadores de gestão do pessoal não docente e número de processos desburocratizados;*
- e) Criação de bolsas de investigação e redução de serviço docente.*

#### 9.2.5. Implementation marker

- a) Regular meetings between teachers of various curricular units that are part of the course;*
- b) A more precise definition, by the competent bodies responsible for the quality of operation of the course at each level of the structure;*
- c) Meetings with students propovam their involvement in activities of ESCE or IPS;*
- d) Developing indicators for the management of non-teaching staff and number of processes unbureaucratic;*
- e) Establishment of research scholarships and reduction of teaching.*

## 9.3 Recursos materiais e parcerias

---

#### 9.3.1. Debilidades

- a) Deficiente manutenção dos equipamentos e instalações;*
- b) Reduzido número de parcerias com o mundo empresarial e outras organizações;*
- c) Processos administrativos e de gestão muito demorados, como por ex. disponibilização de horários tardiamente e sujeitos a inúmeras rectificações;*
- d) Em muitos casos não existem parcerias formalizadas em protocolo.*

#### 9.3.1. Weaknesses

- a) Inadequate maintenance of equipment and facilities;*
- b) Reduced number of partnerships with business and other organizations;*
- c) Administrative procedures and management time consuming, eg. provision of late hours and subjected to numerous corrections;*
- d) In many cases there are partnerships not formalized in a protocol.*

#### 9.3.2. Proposta de melhoria

- a) Definição de maior prioridade na manutenção de determinados equipamentos e instalações;*
- b) Intensificação da aproximação ao mundo empresarial e outras organizações, procurando o estabelecimento de mais parcerias;*
- c) Processos administrativos e de gestão mais agilizados, como por exemplo disponibilização de horários atempadamente;*
- d) Aumento das parcerias formalizadas em protocolo.*

#### 9.3.2. Improvement proposal

- a) Definition of highest priority in the maintenance of certain equipment and facilities;*
- b) Stepping up approach to business and other organizations looking for more partnerships;*
- c) Administrative procedures and management easier, such as timely delivery schedules;*
- d) Increased partnerships formalized in a protocol.*

#### 9.3.3. Tempo de implementação da medida

- a) Ao longo de cada semestre mas com maior atenção ao início de cada semestre;*
- b) Início de cada semestre;*
- c) Final de cada semestre;*
- d) Próximo ano lectivo.*

#### 9.3.3. Implementation time

- a) Throughout each semester, but with greater attention to the beginning of each semester;*
- b) Beginning of each semester;*
- c) End of each semester;*
- d) Next school year.*

#### 9.3.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

- a) Alta;*
- b) Média;*
- c) Alta;*
- d) Média.*

#### 9.3.4. Priority (High, Medium, Low)

- a) *High;*
- b) *Medium;*
- c) *High;*
- d) *Medium.*

#### 9.3.5. Indicador de implementação

- a) *Número de manutenções/reparações realizadas;*
- b) *Número de reuniões com empresas e organizações realizadas;*
- c) *Definição atempada dos horários mais cedo;*
- d) *Número de protocolos com empresas e outras organizações realizados.*

#### 9.3.5. Implementation marker

- a) *Number of maintenance / repairs performed;*
- b) *Number of meetings held with companies and organizations;*
- c) *Earlier definition of schedules;*
- d) *Number of agreements with companies and other organizations conducted.*

### 9.4. Pessoal docente e não docente

---

#### 9.4.1. Debilidades

- a) *Falta de recursos para alargar o apoio institucional à formação avançada dos docentes da área de especialização do curso;*
- b) *Falta de recursos para apoio aos docentes em tarefas administrativas.*

#### 9.4.1. Weaknesses

- a) *Lack of resources to expand the institutional support for advanced training of teachers in the area of specialization of the course;*
- b) *Lack of resources to support teachers in administrative tasks.*

#### 9.4.2. Proposta de melhoria

- a) *Se possível, aumento do número de bolsas de investigação para docentes da área de especialização do curso e acções de incentivo à participação em projectos de investigação;*
- b) *Alocação de maior número de colaboradores para apoio aos docentes em tarefas administrativas.*

#### 9.4.2. Improvement proposal

- a) *If possible, increase the number of research scholarships for teachers in the area of specialization of the course and actions to encourage participation in research projects;*
- b) *Allocating more staff to support teachers in administrative tasks.*

#### 9.4.3. Tempo de implementação da medida

- a) *Próximo ano lectivo;*
- b) *Próximo ano lectivo.*

#### 9.4.3. Implementation time

- a) *Next school year;*
- b) *Next school year.*

#### 9.4.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

- a) *Média;*
- b) *Média.*

#### 9.4.4. Priority (High, Medium, Low)

- a) *Medium;*
- b) *Medium.*

#### 9.4.5. Indicador de implementação

- a) *Número de bolsas de investigação atribuídas a docentes da área de especialização do curso;*
- b) *Número de colaboradores alocado ao apoio aos docentes em tarefas administrativas.*

#### 9.4.5. Implementation marker

- a) *Number of research grants awarded to teachers in the area of specialization of the course;*
- b) *Number of employees allocated to support teachers in administrative tasks.*

## 9.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

---

### 9.5.1. Debilidades

- *Fraca autonomia dos estudantes para o desenvolvimento do estudo aprofundado das várias matérias leccionadas.*

### 9.5.1. Weaknesses

- *Poor students' autonomy in the development of in-depth study of the various subjects taught.*

### 9.5.2. Proposta de melhoria

- *Incentivo e apoio ao aprofundamento do estudo das várias matérias leccionadas (ex. maior utilização de bases de dados de publicações científicas).*

### 9.5.2. Improvement proposal

- *Encourage and support the further study of the various subjects taught (eg greater use of databases of scientific publications).*

### 9.5.3. Tempo de implementação da medida

- *Próximo ano lectivo.*

### 9.5.3. Implementation time

- *Next school year.*

### 9.5.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

- *Média.*

### 9.5.4. Priority (High, Medium, Low)

- *Medium.*

### 9.5.5. Indicador de implementação

- *Maior taxa de utilização das bases de dados de publicações científicas.*

### 9.5.5. Implementation marker

- *Increased utilization rate of databases of scientific publications.*

## 9.6. Processos

---

### 9.6.1. Debilidades

- *Processos administrativos e de gestão muito demorados (exemplo disponibilização de horários tardios e sujeitos a inúmeras rectificações no início dos semestres);*
- *Insuficiência ao nível da medição do cumprimento dos objectivos de aprendizagem, para além do sucesso académico.*

### 9.6.1. Weaknesses

- *Process management and administrative time consuming (eg. provision of late hours and subjected to numerous corrections in the early semesters);*
- *Insufficient level of measurement of achievement of learning goals, in addition to academic success.*

### 9.6.2. Proposta de melhoria

- Aumento da agilização de processos administrativos e de gestão, como por exemplo disponibilização de horários atempadamente;*
- Definição de indicadores de medição do cumprimento dos objectivos de aprendizagem (distintos do sucesso académico).*

### 9.6.2. Improvement proposal

- Increase in streamlining administrative processes and management, such as timely delivery schedules;*
- Definition of indicators for measuring the achievement of learning objectives (other than academic achievement).*

**9.6.3. Tempo de implementação da medida**

- a) Próximo semestre;*
- b) Próximo ano lectivo.*

**9.6.3. Implementation time**

- a) Next semester;*
- b) Next school year.*

**9.6.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

- a) Alta;*
- b) Média.*

**9.6.4. Priority (High, Medium, Low)**

- a) High;*
- b) Medium.*

**9.6.5. Indicador de implementação**

- a) Definição dos horários mais cedo;*
- b) Definição de indicadores de medição do cumprimento dos objectivos de aprendizagem.*

**9.6.5. Implementation marker**

- a) Earlier definition of schedules;*
- b) Definition of indicators for measuring the achievement of learning objectives.*

**9.7. Resultados**

---

**9.7.1. Debilidades**

- Reduzida taxa de sucesso em algumas UCs do 1º ano da licenciatura.*

**9.7.1. Weaknesses**

- Low success rate in some protected areas of the 1st year of degree.*

**9.7.2. Proposta de melhoria**

- Intensificação de práticas pedagógicas que reduzam as taxas de insucesso (exemplos: maior utilização das plataformas de e-learning e análise de necessidades de conhecimentos de base).*

**9.7.2. Improvement proposal**

- Intensification of pedagogical practices that reduce failure rates (eg greater use of e-learning platforms and analysis needs of basic knowledge).*

**9.7.3. Tempo de implementação da medida**

- Próximo ano lectivo.*

**9.7.3. Implementation time**

- Next school year.*

**9.7.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

- Alta.*

**9.7.4. Priority (High, Medium, Low)**

- High.*

**9.7.5. Indicador de implementação**

- Aumento da utilização das plataformas de e-learning e eventual ajustamento de necessidades de conhecimentos de base e posterior medição de resultados académicos.*

**9.7.5. Implementation marker**

- Increased use of e-learning platforms and any adjustment to its knowledge base and subsequent measurement of academic achievement.*



## 10. Proposta de reestruturação curricular

### 10.1. Alterações à estrutura curricular

---

#### 10.1. Alterações à estrutura curricular

##### 10.1.1. Síntese das alterações pretendidas

*<sem resposta>*

##### 10.1.1. Synthesis of the intended changes

*<no answer>*

#### 10.1.2. Nova estrutura curricular pretendida

Mapa XI - Nova estrutura curricular pretendida

##### 10.1.2.1. Ciclo de Estudos:

*Marketing*

##### 10.1.2.1. Study Cycle:

*Marketing*

##### 10.1.2.2. Grau:

*Licenciado*

##### 10.1.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

*<sem resposta>*

##### 10.1.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

*<no answer>*

#### 10.1.2.4 Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
(0 Items)		0	0

*<sem resposta>*

### 10.2. Novo plano de estudos

---

Mapa XII – Novo plano de estudos

#### 10.2.1. Ciclo de Estudos:

*Marketing*

#### 10.2.1. Study Cycle:

*Marketing*

#### 10.2.2. Grau:

*Licenciado*

#### 10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

&lt;sem resposta&gt;

**10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

&lt;no answer&gt;

**10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**

&lt;sem resposta&gt;

**10.2.4. Curricular year/semester/trimester:**

&lt;no answer&gt;

**10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
(0 Items)						

&lt;sem resposta&gt;

**10.3. Fichas curriculares dos docentes****Mapa XIII****10.3.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

&lt;sem resposta&gt;

**10.3.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

&lt;sem resposta&gt;

**10.3.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**10.3.4. Categoria:**

&lt;sem resposta&gt;

**10.3.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

&lt;sem resposta&gt;

**10.3.6. Ficha curricular de docente:**

&lt;sem resposta&gt;

**10.4. Organização das Unidades Curriculares (apenas para as unidades curriculares novas)****Mapa XIV****10.4.1.1. Unidade curricular:**

&lt;sem resposta&gt;

**10.4.1.2. Docente responsável e respectiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):**

&lt;sem resposta&gt;

**10.4.1.3. Outros docentes e respectivas cargas lectivas na unidade curricular:**

&lt;sem resposta&gt;

**10.4.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*<no answer>*

**10.4.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*<sem resposta>*

**10.4.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*<no answer>*

**10.4.1.5. Conteúdos programáticos:**

*<sem resposta>*

**10.4.1.5. Syllabus:**

*<no answer>*

**10.4.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*<sem resposta>*

**10.4.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*<no answer>*

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

*<sem resposta>*

**10.4.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*<no answer>*

**10.4.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*<sem resposta>*

**10.4.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*<no answer>*

**10.4.1.9. Bibliografia principal:**

*<sem resposta>*