

# ACEF/1112/14877 — Guião para a auto-avaliação

---

## Caracterização do ciclo de estudos.

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

*Instituto Politécnico De Leiria*

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

*Instituto Politécnico De Leiria*

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

*Escola Superior De Tecnologia E Gestão De Leiria*

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

*Escola Superior De Tecnologia E Gestão De Leiria*

**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):**

*N.º 26 266-AD/2007, DR, 2.ª s, N.º 220, 15/11/2007, alterado DR, 2.ª série, N.º 163, de 25/08/2008*

**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.**

*n.a*

**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.**

*n.a*

**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):**

*Three years (6 semesters)*

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

63

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

*Provas de ingresso - uma das seguintes provas:*

04 - *Economia*

17 - *Matemática Aplicada às Ciências Sociais*

16 - *Matemática*

*Preferência regional - vagas: 30%*

*Área de influência: Aveiro, Castelo Branco, Coimbra, Leiria, Lisboa, Santarém.*

**A11. Entry Requirements:**

*Entrance exams - one of the following:*

04 - *Economics*

17 - *Mathematics Applied to Social Sciences*

16 - *Mathematics*

*Regional preference - vacancies: 30%*

*Geographical area of influence: Aveiro, Castelo Branco, Coimbra, Leiria, Lisboa, Santarem.*

## 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):**

não aplicável

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

not applicable

## A13. Estrutura curricular

### Mapa I - Não aplicável

---

**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)**

*Não aplicável*

**A13.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***Not 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*
Marketing	MK	76	20
Gestão	G	30	20
Contabilidade	C	12	0
Finanças	F	6	5
Economia	E	5	10
Direito	D	6	0
Matemática	MAT	12	0
Tecnologias de Informação	TIC	11	5
Inglês	I	2	0
<b>(9 Items)</b>		<b>160</b>	<b>60</b>

## A14. Plano de estudos

### Mapa II - Não aplicável - 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)***Não aplicável***A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***Not 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)
Gestão do Marketing	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Métodos Quantitativos	MAT	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Introdução à Gestão	G	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Tecnologias e Sistemas de Informação	TIC	Semestral	135	PL - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Contabilidade Financeira	C	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Inglês	I	Semestral	54	TP - 30; OT - 4	2	Obrigatória

(6 Items)

**Mapa II - Não aplicável - 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)***Não aplicável***A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***Not 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 do Consumidor	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Contabilidade de Gestão	C	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Finanças Empresariais	F	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Fundamentos de Economia	E	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Estatística Aplicada ao Marketing	MAT	Semestral	162	TP - 30; PL - 30; OT - 4	6	Obrigatória
Modelos e Técnicas de Comunicação	MK	Semestral	27	S - 15	1	Obrigatória

(6 Items)

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

*Not 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)
Marketing Operacional	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Gestão e Negociação Comercial	G	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Estudos de Mercado	MK	Semestral	162	TP - 45; PL - 15; OT - 4	6	Obrigatória
Gestão de Recursos Humanos	G	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento	G	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Comunicação Intercultural	MK	Semestral	27	TP - 15	1	Obrigatória

(6 Items)

**Mapa II - Não aplicável - 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)***Não aplicável***A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***Not 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)
Marketing Internacional	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Distribuição e Merchandising	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Comunicação em Marketing	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Direito Aplicado ao	D	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória

Marketing							
Marketing Industrial	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória	
Seminário	MK	Semestral	27	S - 15	1	Obrigatória	
<b>(6 Items)</b>							

## Mapa II - Não aplicável - 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)

*Não aplicável*

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

*Not 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)
Estratégia Empresarial	G	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Web Marketing e Comércio Electrónico	TIC	Semestral	162	TP - 30; PL - 30; OT - 4	6	Obrigatória
Gestão de Marcas	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Inovação e Empreendedorismo	G	Semestral	54	TP - 30; OT - 4	2	Obrigatória
Comunicação Visual e Design Gráfico	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Optativa
Gestão das Operações	G	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Optativa
Marketing de Serviços	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Optativa
Publicidade	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Optativa
<b>(8 Items)</b>						

## Mapa II - Não aplicável - 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)***Não aplicável***A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***Not 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)
Projecto de Marketing	MK	Semestral	243	PL -75; OT - 4	9	Obrigatória
Design e Marketing de Novos Produtos	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Marketing Relacional	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Seminário Empresas	MK	Semestral	27	S - 15	1	Obrigatória
Estratégia de Marketing	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Optativa
Gestão Internacional	G	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Optativa
Marketing Directo e Database Marketing	MK/TIC	Semestral	135	TP - 30; PL - 30; OT - 4	5	Optativa

(7 Items)

## Perguntas A15 a A16

**A15. Regime de funcionamento:***Outros***A15.1. Se outro, especifique:***Regime presencial diurno e regime de ensino a distância***A15.1. If other, specify:***Daytime and e-learning***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)***Ana Sargento (Coordenadora); Alzira Marques, Tânia Marques e Ana Lisboa (Com. Científico-pedagógica)*

## 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 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.

&lt;sem resposta&gt;

### 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.

*não aplicável.*

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

*not applicable.*

### 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.

<sem resposta>

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:

*OBS. 1)*

*O plano de estudos do curso de Marketing atual, em vigor desde a adequação a Bolonha, não contempla a realização de estágio curricular, com carácter obrigatório, durante os 6 semestres em que decorre a licenciatura (ao contrário do que se verificava no plano de estudos anterior, com duração de 8 semestres). Todavia, os estudantes mantêm a oportunidade de realizar estágios durante o período de frequência do curso, quer na modalidade de estágios de Verão (com duração de 4 semanas, que decorrem durante as férias escolares de Verão), quer através de estágios internacionais, abrangidos por programas de mobilidade, como é o caso do recente Consórcio Erasmus Centro. A integração dos estudantes nestes estágios é apoiada pelo Gabinete de Estágios e Acompanhamento Profissional (ou pelo Gabinete de Mobilidade e Cooperação Internacional, no caso dos estágios internacionais), bem como pelo Coordenador de Curso.*

*OBS. 2)*

*O curso de Marketing funciona também em regime de Ensino a Distância (EaD) desde o ano letivo 2008/2009. O plano de estudos, os objetivos gerais, bem como os objetivos e competências exigidas em cada UC são comuns entre ambos os regimes. Naturalmente, as metodologias de ensino e de avaliação, assim como a caracterização dos estudantes envolvidos, diferem substancialmente no EaD, dada a natureza específica deste regime de ensino. O presente relatório refere-se apenas ao ciclo de estudos de Marketing Diurno, em regime presencial, sem prejuízo da já referida coincidência de plano de estudos e unidades curriculares. Ainda assim,*

*consideramos útil mencionar que existem neste ano letivo 74 estudantes a frequentar o curso neste regime de ensino (41 no 1º ano, 20 no 2º ano e 13 no 3º ano), sendo na sua maioria (70%) alunos com idades acima de 28 anos e maioritariamente alunos que exercem uma atividade profissional, beneficiando da flexibilidade proporcionada pelo ensino a distância para obter formação superior.*

#### A18. Observations:

##### OBS. 1)

*The study plan of the current marketing course, in effect since the adjustment of Bologna, does not contemplate any internship with mandatory character, during the six semesters of the course (contrary to what prevailed in the previous study plan, which lasted eight semesters). However, students maintain the opportunity for internships during the course frequency, either in the form of summer internships (lasting four weeks, taking place during the summer holidays), or through international traineeships, covered by mobility programs, such as the recent Consórcio Erasmus Centro. The integration of students in these traineeships is supported by the GEAP - Office of traineeships and professional monitoring (or Office of International Cooperation and Mobility in the case of international internships) as well as by the Course Coordinator.*

##### OBS. 2)

*Since academic year 2008/2009, this study cycle is also provided under Distance Learning (DL). The curriculum, the overall objectives and the objectives and competencies required in each UC are common between both regimes. Of course, the teaching and evaluation methodologies as well as the characterization of students involved in distance education differ substantially, given the specific nature of this education system. This report refers only to the day-time (presence) version of Marketing, notwithstanding to the above mentioned coincidence of the syllabus and curriculum units. Still, we consider it useful to mention that, in the present academic year, there were 74 students attending the course this education system (41 in 1st year, 20 in 2nd year and 13 in 3rd year), mostly students with more than 28 years old, that carry out a professional activity along with the study, benefiting from the flexibility offered by distance learning to obtain a higher education level.*

#### 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 preparar profissionais com formação pluridisciplinar e especializada para o exercício de atividades nas áreas do marketing, aptos para: identificar, definir e explicar conceitos específicos na área; delimitar e resolver problemas, aplicando os conceitos e teorias em ambientes e situações reais; analisar e distinguir diferentes contextos organizacionais; recolher, seleccionar, sintetizar e comunicar informação de modo profissional; aprender de modo autónomo ao longo da vida.*

*Deste modo, pretende-se que o licenciado tenha sucesso na integração no mercado de trabalho, assumindo responsabilidades em organizações públicas ou privadas, respondendo igualmente ao requisito de criação de autonomia e auto exigência na aprendizagem como base de adequação aos contextos profissionais em constante mutação. A consecução destes objetivos é ainda garantia de uma base sólida para a prossecução da formação a níveis superiores (2.º e 3.º ciclos).*

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

*The degree in Marketing is designed to prepare professionals with multidisciplinary and specialized training for the exercise of activities in marketing areas, able to: identify, define and explain specific concepts, define and solve problems, apply concepts and theories in real world situations; analyze and distinguish different organizational contexts; gather, select, synthesize and communicate information in a professional manner; learn independently and continuously.*

*Thus, it is intended that, at the end of the degree in Marketing, the student can be successful in labor market integration, assuming responsibilities in public or private organizations, both at the top or at the functional level. It is also expected that he/she becomes autonomous and self-requiring, in order to be adaptable to changing professional contexts. Achieving these goals also guarantees a solid basis for further training at higher levels (2nd and 3rd degree cycles).*

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

*O Instituto Politécnico de Leiria (IPL) é uma instituição pública de ensino superior comprometida com a formação integral dos cidadãos, a aprendizagem ao longo da vida, a investigação, a difusão e transferência do conhecimento e cultura, a qualidade e a inovação. Promove ativamente o desenvolvimento regional e nacional e a internacionalização. Valoriza a inclusão, a cooperação, a responsabilidade, a criatividade e o espírito crítico e empreendedor. A ESTG (Escola Superior de Tecnologia e Gestão) é uma das unidades orgânicas do IPL, tendo como missão formar pessoas altamente qualificadas, numa perspetiva interdisciplinar e num*

*contexto de excelência, com capacidade de adaptação à mudança, promover a investigação, inovação e empreendedorismo e a aprendizagem ao longo da vida, sendo uma força motriz de desenvolvimento regional numa perspetiva global.*

*A licenciatura em Marketing enquadra-se na área das ciências empresariais, uma das áreas de enfoque da ESTG. Os objetivos definidos desta licenciatura vão ao encontro do estabelecido na missão da ESTG, visto que se pretende promover a aprendizagem ao longo da vida, formando pessoas altamente qualificadas, com competências dinâmicas, dotadas de capacidade de adaptação à mudança e com autonomia na aprendizagem, quer durante a frequência do curso, quer após a entrada no mercado de trabalho.*

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

*Polytechnic Institute of Leiria (IPL) is a public institution of higher education committed to: citizens' qualification as a whole, lifelong learning, research, dissemination and transfer of knowledge and culture, quality and innovation. It actively promotes national and regional development and internationalization. IPL values inclusion, cooperation, responsibility, creativity and critical and entrepreneur thinking. ESTG (Escola Superior de Tecnologia e Gestão - School of Technology and Management) is one of IPL's units, with the mission of training highly qualified people, under an interdisciplinary perspective in a context of excellence, capable of adapting to change, promote research, innovation and entrepreneurship and lifelong learning, being a driving force for regional development in a global perspective.*

*A degree in Marketing is included in the business science field of study, one of the focus areas of ESTG, IPL's organic unity. The stated objectives of this degree fit into the ESTG established mission, since it is intended to promote lifelong learning, creating highly skilled people, with dynamic capabilities, provided with the capacity to adapt to change and autonomy in learning, whether during the course, or after the entry into the labor market.*

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

*Estão previstos os seguintes meios de divulgação junto dos docentes / estudantes:*

- reuniões entre coordenador de curso e docentes / estudantes, realizadas pelo menos uma vez no início de cada semestre.
- Informação sobre os objetivos disponibilizada na página da ESTG e do IPL, no portal do estudante, assim como na página da Coordenação disponível no Moodle.
- Apresentações / folhetos informativos do curso disponíveis nos eventos abertos à comunidade académica e comunidade em geral (ex.: Dia Aberto, realizado anualmente).

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

*The following dissemination actions directed towards teachers / students are used:*

- Meetings between course coordinator and teacher / student, taking place at least once at the beginning of each semester.
- Information about the objectives provided in ESTG and IPL webpage, the students' webpage as well as Coordinator's webpage available at Moodle.
- Presentations / leaflets available at the course events open to the academic and general community (eg Open Day, held annually).

## 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.

*De acordo com os estatutos do IPL (Despacho Normativo n.º 35/2008, 2.ª série, n.º 139, de 21 de, com a Retificação n.º 1826/2008, 2.ª série, N.º 156, 13 de agosto) existem os seguintes órgãos com atribuições nestes domínios: Conselho Académico, Conselho Técnico-Científico, Conselho Pedagógico, Comissão Científico-Pedagógica de Curso (Artigos: 17º, 18º, 19º, 54º e 57º). Estes órgãos, de acordo com os artigos mencionados, são responsáveis pela aprovação do ciclo de estudos e sua revisão. A distribuição de serviço docente é aprovada pelo Conselho Técnico-Científico, sob proposta do Coordenador de Departamento em articulação com os Coordenadores de Curso. A atualização programática parte em primeira instância dos responsáveis das UC e/ou das Comissões Científico-Pedagógicas de Curso.*

#### 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.

*According to the Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria (Normative Order no. 35/2008, 2nd series, no. 139, dated July 21st, amended by Amendment no. 1826/2008, 2nd series, no. 156, dated August 13th) the*

*following bodies are responsible for the abovementioned tasks: Academic Council, Technical and Scientific Board, Pedagogical Board, Scientific and Pedagogical Commission (articles 17, 18, 19, 54 and 57). According to those articles, these bodies are responsible for approving and revising the degree programme. Academic timetables are proposed by the head of the department, with the help of course coordinators, and are then approved by the Technical and Scientific Board. The main lecturer of each curricular unit and the degree programme's scientific and pedagogical commission are responsible for programme updates.*

**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.**

- 1. Participação paritária no CP de docentes e estudantes. (Artigos 70º a 76º dos Estatutos do IPL).*
- 2. Participação de docentes e estudantes na Comissão Pedagógica do Curso (Art. 79º dos Estatutos).*
- 3. Participação de docentes na Comissão Científica (Art. 78º dos Estatutos).*

*Delegado de Curso*

*- Integra a Comissão Pedagógica e é eleito pelo conjunto dos estudantes matriculados e inscritos no respectivo curso (Ponto 2, do Artigo 79º dos Estatutos do IPL).*

*Delegado de Turma*

*- A comissão pedagógica poderá, ainda, sempre que o julgar necessário, ouvir a título consultivo, os estudantes que hajam sido eleitos delegados de turma do curso (Ponto 1, do Artigo 79º dos Estatutos do IPL).*

**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.**

- 1. Equal participation of teachers and students in the PC. (Articles Nos 70 to 76 of the Statutes of the IPL).*
- 2. Participation of teachers and students in the Pedagogical Committee of the Course (Article 79 of the Statutes).*
- 3. Participation of teachers in the Scientific Committee (Article 78 of the Statutes).*

*Course Delegate - Belongs to the Pedagogical Committee and is elected by the group of students who are registered and enrolled in the respective course (Point 2, of Article 79 of the Statutes of the IPL).*

*Class Delegate*

*- The pedagogical committee may also, whenever they deem necessary, consult the students that have been elected as class delegates of the course (Point 1, of Article 79 of the Statutes of the IPL).*

## **2.2. Garantia da Qualidade**

---

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

*Ao nível do ensino, os mecanismos de qualidade definidos nos estatutos do IPL, concretizam-se através das competências atribuídas e ações requeridas aos coordenadores de curso, comissões científicas e pedagógicas de curso, Conselho Pedagógico, Conselho Técnico-Científico, Conselho Académico e Conselho para a Avaliação e Qualidade.*

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

*The quality mechanisms regarding educational activities are defined in the Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria, and are materialized in the duties and actions required from course coordinators, scientific and pedagogical commissions, the Pedagogical Board, the Technical and Scientific Board, the Academic Council, and the Assessment and Quality Council.*

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

*De acordo com o artigo 77º dos Estatutos do IPL cabe ao Coordenador de Curso*

*toda a coordenação pedagógica e científica do curso. Em conjunto com a comissão científico-pedagógica, onde estão integrados os estudantes, são agentes diretos de diagnóstico, ação e feedback, junto de docentes e estudantes.*

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

*According to article 77 of the Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria, the course coordinator is responsible for the pedagogical and scientific coordination of the degree programme. The course coordinator and the scientific and pedagogical commission, which includes students, are direct diagnosis, action and feedback elements, working with lecturers and students.*

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

*A garantia de qualidade faz-se pela existência de instrumentos operacionais de diagnóstico, seguido de medidas de melhoria, implementação das mesmas e acompanhamento. Num ciclo permanente de atuação, é então possível responder com maior qualidade às exigências colocadas pelos atores envolvidos no processo de ensino.*

*Os inquéritos aos estudantes e aos docentes para avaliação do funcionamento letivo, propostos semestralmente pelos conselhos pedagógicos e o relatório anual de avaliação do curso, contendo a informação estatística (e respetiva análise) sobre aprovações, reprovações, metodologias de ensino, carga de trabalho e desempenho pedagógico das unidades curriculares e as medidas propostas e adoptadas para*

*corrigir anomalias verificadas, são instrumentos privilegiados de monitorização.*

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

*Quality assurance is achieved by means of operational diagnosis tools, followed by the definition of improvement measures, their implementation, and monitoring. This permanent activity cycle provides a suitable answer to the demands of those involved in the pedagogical process.*

*Some of the institute's most effective monitoring tools are the students' and teachers' surveys, fully defined, implemented, and coordinated by the Pedagogical Board, which are a tool for assessing academic functioning, as well as the annual degree programme evaluation report, that includes statistical data (as well as its analysis) on approval and failure rates, lecturing methodologies, subjects' workload and pedagogical performance, as well as suggested measures, and those already implemented in order to correct any irregularity.*

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

*<sem resposta>*

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

*O relatório de curso elaborado pelo coordenador de curso e contendo os pareceres da comissão científica-pedagógica de curso, assim como os resultados dos questionários pedagógicos a docentes e alunos, é apreciado pelo Conselho Técnico-Científico e Pedagógico e dado a conhecer ao Conselho para a Avaliação e Qualidade, responsável pelo estabelecimento dos mecanismos de autoavaliação regular do desempenho do Instituto, das suas unidades orgânicas, bem como das atividades científicas e pedagógicas sujeitas ao sistema nacional de avaliação e acreditação, devendo, nos termos da lei, garantir o seu cumprimento, a execução das obrigações legais e a colaboração com as instâncias competentes.*

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

*The annual degree programme evaluation report is prepared by the course coordinator, and includes the opinion of the degree programme's scientific and pedagogical commission, and the results of students' and lecturers' surveys. This report is analysed by both the Technical and Scientific Board, and the Pedagogical Board, and then submitted to the Assessment and Quality Council, which is the board responsible for establishing regular self-assessment tools of the performance of the Institute, its schools, and all the scientific and pedagogical activities which are subject, by law, to a national evaluation and accreditation system, and which must ensure the fulfilment of the law, the implementation of legal duties, and the cooperation with the competent bodies.*

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

*Não existiram outras vias de avaliação / acreditação nos últimos 5 anos.*

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

*There were no other forms of assessment / accreditation in the last 5 years.*

## 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)
Salas de aula (43)	3584.9
Laboratórios de Ensino (54)	729.5
Anfiteatros (7)	1160.9
Laboratórios de Investigação (36)	897.7
Biblioteca (1)	3843
Salas de Informática (2)	302.4
Salas de apoio (1)	160

### 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
Retroprojectores	92
Projectores de slides	4
Projectores multimédia	26
PC para alunos	700
PC para docentes	300

## 3.2 Parcerias

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

*O ciclo de estudos beneficia de parcerias internacionais no âmbito de programas de mobilidade e não só. A lista de parceiros de mobilidade internacional pode ser consultada em [http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p\\_id=31274&content.id=228599](http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p_id=31274&content.id=228599). Para além destas parcerias, têm sido desenvolvidos programas internacionais (envolvendo alunos e docentes), tais como:*

- a) Intensive Program MEP (2011-2013) – Meeting Social Needs in an Ageing Society – Institut Universitaire de Technologie A de Lille (FR) (Inst. Proponente), Escola Superior de Enfermagem de Coimbra (PT), North Karelia University of Applied Sciences (FI), Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis (FR), Universitat de Girona (ES), Kemi-Tornio University of Applied Sciences, (FI), Banku Augtskola School of Business and Finance (LV), Haute École de Namur (BE).*
- b) International Financial Management (2011, 2012), Howest University (BE) e Szolnok University College (HU).*

### 3.2.1 International partnerships within the study cycle.

*The study cycle is covered by international partnerships concerning mobility programs, and other forms of partnership. The list of international mobility partners is available at [http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p\\_id=31274&content.id=228599](http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p_id=31274&content.id=228599). Besides these partnerships, international programs have also been developed (involving both students and teachers), such as:*

- a) Intensive Program MEP (2011-2013) – Meeting Social Needs in an Ageing Society – Institut Universitaire de Technologie A from Lille (FR) (Proponent Institution), Escola Superior de Enfermagem de Coimbra (PT), North Karelia University of Applied Sciences (FI), Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis (FR), Universitat de Girona (ES), Kemi-Tornio University of Applied Sciences, (FI), Banku Augtskola School of Business and Finance (LV), Haute École de Namur (BE).*
- b) International Financial Management (2011,2012), Howest University (BE) and Szolnok University College (HU).*

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

*Verifica-se uma estreita colaboração com os outros ciclos de estudos, em especial com a licenciatura em Gestão, quer pela necessidade imposta pelo facto de existirem UC em comum, quer através de trabalhos aplicados a empresas ou outras entidades, que envolvem a colaboração de ambos os ciclos de estudo. Os estudantes beneficiam de protocolos de colaboração existentes entre o IPL e outras IES nacionais, nomeadamente no âmbito de programas de estágio (ex.: Consórcio Erasmus Centro, envolvendo todos os IP da Região Centro). Adicionalmente, a grande maioria do corpo docente está também ligada a outras IES, quer através de projetos de investigação em parceria, integração de júris, orientação de teses de Mestrado/Doutoramento, ou pelo facto de serem ainda doutorandos em programas ministrados noutras IES. Esta interação com outras IES promove a abertura a métodos de trabalho diferentes, facilitando a troca de ideias, ao nível de conteúdos programáticos, métodos de ensino, de avaliação, etc.*

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

*There is a close collaboration with other study cycles, particularly with Management first degree course, on the one hand because there are common curricular units, but also through projects applied to companies and other entities, that engage teamwork between both study cycles.*

*Students benefit from cooperation agreements between IPL and other national HEIs, namely concerning traineeships programs (eg: Erasmus Centro Consortium, involving all the polytechnic institutes of Região Centro). Additionally, the majority of teaching staff is also connected to other HEIs, through research projects in partnership, integration of juries, supervision of Master or PhD dissertations, or by the fact that some are still involved in their own PhD programs in these HEIs. This interaction with other HEIs promotes openness to different working methods, facilitating exchange of ideas concerning syllabus content, teaching methods, evaluation methods, and so on.*

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

*A estrutura e organização deste ciclo de estudos prevê o estabelecimento de parcerias interinstitucionais.*

*Do ponto de vista processual, identificamos as várias etapas:*

- 1. A coordenação científica designa as Entidades a contactar, e os termos dessa abordagem;*
- 2. É remetido um ofício às Instituições, solicitando a sua colaboração;*
- 3. Poderá haver necessidade de reforçar a informação, realizando-se uma reunião com a coordenação do ciclo de estudos e/ou o estudante em causa;*
- 4. Caso seja deferido o nosso pedido, as partes envolvidas formalizam a parceria, com a celebração de um acordo específico.*

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

*The structure and organization of this cycle of studies foresees the establishment of inter-institutional partnerships.*

*From a procedural standpoint, we identify several stages:*

- 1. The scientific coordination team appoints the Entities to be contacted and the terms of that approach;*
- 2. A communication is sent to the institutions, requesting their collaboration;*
- 3. There may be a need to provide information, in which case, a meeting with the coordination of the cycle of studies and/or the students in question is held;*
- 4. If our request is accepted, the involved parties formalize the partnership with the signing of a specific agreement.*

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

*Existe um elevado nível de envolvimento do ciclo de estudos com a comunidade externa, sendo realizados diferentes tipos de ações no sentido de estreitar a cooperação com o meio empresarial e setor público.*

*Destaca-se:*

- Dia Aberto da ESTG, realizado anualmente e destinado a toda a comunidade externa.*
- UC Seminário de Empresas - potencia a ligação a empresas da região, principal mercado de trabalho dos licenciados, trazendo-as à escola e fazendo-as intervir ativamente nas competências adquiridas pelos alunos.*
- Realização de projetos destinados a responder a necessidades manifestadas por empresas na UC Projeto de Marketing.*
- Existência de uma Júnior Empresa em constituição na ESTG, por iniciativa de estudantes de Marketing.*
- Participação de estudantes e docentes em concursos nacionais patrocinados por empresas (ex.: EDP Challenge)*
- Participação dos estudantes em estágios de verão*
- Apresentações do curso e palestras (por docentes do curso) em escolas secundárias da região.*

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

*There is a close relationship between this study cycle and external community. Different actions are taken in order to strengthen cooperation with business network and public sector. We may stress the following:*

- "Open Day" at ESTG held annually for the whole outside community.*
- CU Seminário de Empresas, which enhances the relationship with regional companies (primary labor market for graduates), bringing them to school and making them actively intervene in the skills acquired by students*
- Implementation of projects to meet needs expressed by companies in the curricular unit Projeto de Marketing.*
- Existence of a Junior Company in ESTG being established, by initiative of Marketing students.*
- Participation of students and teachers in national competitions sponsored by companies (eg EDP Challenge).*
- Students' engagement in summer traineeships.*
- Presentations and workshops related to the study cycle (by the cycle faculty staff) in regional high schools.*

## 4. Pessoal Docente e Não Docente

### 4.1. Pessoal Docente

---

#### 4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Ana Lúcia Marto Sargento

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

*Ana Lúcia Marto Sargento*

##### 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 - João Neves de Carvalho Santos**

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

*João Neves de Carvalho 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 (%):**

100

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Pedro Manuel Rodrigues Carreira**

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

*Pedro Manuel Rodrigues Carreira*

**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 Catarina Cadima Lisboa**

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

*Ana Catarina Cadima Lisboa*

**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 - Jacinta Raquel Miguel Moreira**

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

*Jacinta Raquel Miguel 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:**

*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 - Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge**

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

*Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge*

**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 - Luís Manuel da Silva Cotrim**

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

*Luís Manuel da Silva Cotrim*

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 - Tânia de Matos Gomes Marques**

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

*Tânia de Matos Gomes Marques*

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 - Silvia Odete da Silva Ferrão**

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

*Silvia Odete da Silva Ferrão*

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 - Joana Madeira Martins Costa**

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

*Joana Madeira Martins 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:**

*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 Manuel Patrício Ferreira Pereira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Rui Manuel Patrício 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 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 - Caroline Gomes Rosa Cunha****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Caroline Gomes Rosa Cunha*

**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 - Paula Rosa dos Santos Orfão****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Paula Rosa dos Santos Orfão*

**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 - Fernando Luis Nunes Rodrigues****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Fernando Luis Nunes Rodrigues*

**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 - Maria Clara Barros Guilherme Monteiro****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Maria Clara Barros Guilherme Monteiro*

**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 - Jacinta Maria Quitério Jacinto**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Jacinta Maria Quitério Jacinto*

**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 - Ana Isabel Valongo dos Santos Felgueiras**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Ana Isabel Valongo dos Santos Felgueiras*

**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 - José Maria Gouveia Martins**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*José Maria Gouveia 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:**  
*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 - Fernando de Jesus Amado Santos****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Fernando de Jesus Amado 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 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 - Marta Sofia Gomes da Costa****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Marta Sofia Gomes 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:**

*Assistente convidado 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 - Márcio Continentino Lopes****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Márcio Continentino 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:**

*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 - Liliana Coutinho Vitorino****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Liliana Coutinho Vitorino*

**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 - Cátia Claudemira Cordeiro Fernandes Crespo****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Cátia Claudemira Cordeiro Fernandes Crespo*

**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 - António José Pinto Pedrosa****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*António José Pinto Pedrosa*

**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 - Carlos Manuel da Costa Vieira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Carlos Manuel da Costa Vieira*

**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 - Maria Carminda Bernardes Silvestre****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Maria Carminda Bernardes Silvestre*

**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 - Susana Catarina Simões Almeida****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Susana Catarina Simões Almeida*

**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 - Luis Manuel Paredes Pinheiro**

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

*Luis Manuel Paredes Pinheiro*

**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 (%):**

30

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Marcia Cristina dos Santos Viegas de Sousa**

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

*Marcia Cristina dos Santos Viegas de Sousa*

**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 - Alcina Teresa Gaspar Ferreira**

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

*Alcina Teresa Gaspar 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 - Nuno Manuel Rosa dos Reis**

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

*Nuno Manuel Rosa dos 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:**

*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 - Filipe Jorge Mota Pinto**

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

*Filipe Jorge Mota Pinto*

**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 Micaela Gonçalves Pinto Dinis Esteves****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Maria Micaela Gonçalves Pinto Dinis Esteves*

**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 - José Guilherme Leitão Dantas****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*José Guilherme Leitão Dantas*

**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 - Alexandrino José Marques Gonçalves****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Alexandrino José Marques Gonçalves*

**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 - Raquel João Fialho Antunes**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Raquel João Fialho Antunes*

**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 - Lídia Maria Barroso Simão**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Lídia Maria Barroso Simão*

**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 - Florinda Maria Carreira Neto Matos**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Florinda Maria Carreira Neto Matos*

**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 - Alzira Maria Ascensão Marques****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Alzira Maria Ascensão Marques*

**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 - Maria Gorete Costa Marques****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Maria Gorete Costa Marques*

**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 - Alexandra Cristina Pinheiro Carvalho****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Alexandra Cristina Pinheiro 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 - Carlos Manuel Gomes da Silva****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Carlos Manuel Gomes 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 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 - Manuel Aníbal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Manuel Aníbal Silva Portugal Vasconcelos 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 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 - Paulo Fernando da Costa Braz****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Paulo Fernando da Costa Braz*

**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 (%):**

100

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Susana Cristina Serrano Fernandes Rodrigues****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Susana Cristina Serrano Fernandes Rodrigues***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 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 - Lígia Catarina Marques Febra****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Lígia Catarina Marques Febra***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](#)**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**

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Ana Lúcia Marto Sargento	Doutor	Economia – Planeamento e Economia Regional	100	<a href="#">Ficha submetida</a>

João Neves de Carvalho Santos	Licenciado	Gestão	100	Ficha submetida
Pedro Manuel Rodrigues Carreira	Doutor	Economia	100	Ficha submetida
Ana Catarina Cadima Lisboa	Doutor	Gestão com especialização em Marketing	100	Ficha submetida
Jacinta Raquel Miguel Moreira	Doutor	Gestão	100	Ficha submetida
Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge	Mestre	Marketing	100	Ficha submetida
Luís Manuel da Silva Cotrim	Doutor	Matemática Pura	100	Ficha submetida
Tânia de Matos Gomes Marques	Doutor	Gestão	100	Ficha submetida
Silvia Odete da Silva Ferrão	Doutor	Engenharia Informática	100	Ficha submetida
Joana Madeira Martins Costa	Licenciado	Engenharia Informática	100	Ficha submetida
Rui Manuel Patrício Ferreira Pereira	Mestre	Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
Caroline Gomes Rosa Cunha	Licenciado	Gestão de Empresas	100	Ficha submetida
Paula Rosa dos Santos Orfão	Doutor	Linguística	100	Ficha submetida
Fernando Luis Nunes Rodrigues	Licenciado	Psicologia	50	Ficha submetida
Maria Clara Barros Guilherme Monteiro	Licenciado	Contabilidade e Finanças	100	Ficha submetida
Jacinta Maria Quitério Jacinto	Licenciado	Contabilidade e Finanças	100	Ficha submetida
Ana Isabel Valongo dos Santos Felgueiras	Licenciado	Matemática – Ramo Educacional	100	Ficha submetida
José Maria Gouveia Martins	Doutor	Matemática	100	Ficha submetida
Fernando de Jesus Amado Santos	Licenciado	Organização e Gestão de Empresas	100	Ficha submetida
Marta Sofia Gomes da Costa	Mestre	Finanças Empresariais	30	Ficha submetida
Márcio Continentino Lopes	Mestre	Economia	100	Ficha submetida
Liliana Coutinho Vitorino	Mestre	Estratégia Empresarial	100	Ficha submetida
Cátia Claudemira Cordeiro Fernandes Crespo	Mestre	Economia Internacional	100	Ficha submetida
António José Pinto Pedrosa	Mestre	Estratégia Empresarial	100	Ficha submetida
Carlos Manuel da Costa Vieira	Mestre	Engenharia e Gestão Industrial	100	Ficha submetida
Maria Carminda Bernardes Silvestre	Doutor	Linguística Aplicada	100	Ficha submetida
Susana Catarina Simões Almeida	Doutor	Direito	100	Ficha submetida
Luis Manuel Paredes Pinheiro	Mestre	Marketing e Estratégia	30	Ficha submetida
Marcia Cristina dos Santos Viegas de Sousa	Licenciado	Gestão	50	Ficha submetida
Alcina Teresa Gaspar Ferreira	Doutor	Gestão de Empresas na especialidade de Marketing	100	Ficha submetida
Nuno Manuel Rosa dos Reis	Licenciado	Gestão	100	Ficha submetida
Filipe Jorge Mota Pinto	Doutor	Tecnologias de Sistemas e Informacao	100	Ficha submetida
Maria Micaela Gonçalves Pinto Dinis Esteves	Doutor	Informática	100	Ficha submetida
José Guilherme Leitão Dantas	Doutor	Ciências Económicas e Empresariais	100	Ficha submetida
Alexandrino José Marques Gonçalves	Doutor	Informática	100	Ficha submetida
Raquel João Fialho Antunes	Licenciado	Design	50	Ficha submetida
Lídia Maria Barroso Simão	Doutor	Marketing	100	Ficha submetida

Florinda Maria Carreira Neto Matos	Mestre	Ciências Empresariais	50	Ficha submetida
Alzira Maria Ascensão Marques	Doutor	Organização e Gestão de Empresas, na especialidade em Estratégia e Comportamento Organizacional	100	Ficha submetida
Maria Gorete Costa Marques	Doutor	Linguística	100	Ficha submetida
Alexandra Cristina Pinheiro Carvalho	Doutor	Ciências Empresariais, área de especialização em Contabilidade	100	Ficha submetida
Carlos Manuel Gomes da Silva	Doutor	Gestão	100	Ficha submetida
Manuel Aníbal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira	Doutor	Gestão de Empresas	100	Ficha submetida
Paulo Fernando da Costa Braz	Mestre	Ciências empresariais	100	Ficha submetida
Susana Cristina Serrano Fernandes Rodrigues	Doutor	Gestão	100	Ficha submetida
Lígia Catarina Marques Febra	Doutor	Gestão - Finanças	100	Ficha submetida
			<b>4260</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

40

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

93,9

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

37

##### 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)

86,9

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

24

##### 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)

56,3

##### 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

12

##### 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)

28,2

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

9

**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)**

21,1

**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**

*Ao nível da avaliação de desempenho, constituem procedimentos de recolha de informação da atuação dos docentes: a aplicação dos questionários pedagógicos semestrais feitos aos alunos, onde é avaliado o corpo docente; a aplicação dos questionários pedagógicos semestrais à equipa docente e ao responsável da equipa docente; a recepção de reclamações dos estudantes pelo coordenador de curso; os dados académicos sobre o desempenho dos estudantes, acessíveis no sistema de informação do curso; os relatórios de atividades dos docentes, que são apreciados pelo conselho técnico-científico.*

*A análise desta informação é feita no relatório do responsável de cada unidade curricular, onde é proposto um plano de atuação de melhoria dos resultados; no relatório anual de curso, da responsabilidade do coordenador de curso e da comissão científico-pedagógica de curso e sujeito a apreciação pelo Conselho para a Avaliação e Qualidade, onde são analisados os resultados académicos, dos questionários pedagógicos a docentes e alunos e são propostas medidas de melhoria; através da identificação de docentes com resultados a melhorar; na informação do coordenador de curso ao diretor da UO sobre situações que sejam susceptíveis de reserva (art.º 77 dos estatutos do IPL); através da apreciação dos relatórios de atividades e de desempenho dos docentes.*

*Constituem procedimentos de permanente atualização e promoção dos resultados da atuação do pessoal docente: a possibilidade de formação contínua, nomeadamente a promovida pela Unidade de Ensino à Distância do IPL, assim como os programas de qualificação do corpo docente.*

*Encontra-se em fase de análise, após recepção de contributos e realização de audiências prévias, o Projeto de Regulamento que permitirá a avaliação de desempenho dos docentes em termos científicos e pedagógicos nos termos do Estatuto da Carreira do Pessoal Docente do Ensino Superior Politécnico.*

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

*The institute has several tools for assessing lecturers' work. Among them are: the students', lecturers', and subject leaders' surveys; the students' claims; the academic information on students' performance; and the lecturers' activity reports, which are examined by the Technical and Scientific Board.*

*This information is considered in many ways: the report produced by each subject's leader, which includes measures for improving results; the annual degree programme evaluation report, which is prepared by the course coordinator and the scientific and pedagogical commission, and is then submitted to the Assessment and Quality Council, and where academic results, and students' and lecturers' surveys are analysed, and where improvement measures are suggested; the identification of the lecturers who must improve their results; the information provided by the course coordinator to the school's director about specific situations (article 77 of the Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria); and the lecturers' activity reports.*

*Continuous training, namely the training provided by the Distance Learning Unit (UED) of the Polytechnic Institute of Leiria, and academic staff qualification programmes are two of many procedures for a permanent updating and promotion of the performance of the academic staff.*

*After consulting the academic community, a regulation on the scientific and pedagogical assessment of the academic staff performance is being reviewed, under the terms of the Portuguese law that rules academic staff career (Estatuto da Carreira do Pessoal Docente do Ensino Superior Politécnico).*

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

&lt;sem resposta&gt;

**4.2. Pessoal Não Docente****4.2.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afecto à leccionação do ciclo de estudos.**

*Os colaboradores não docentes envolvidos na leccionação distribuem-se por diversos serviços que se caracterizam pela realização de tarefas técnicas ou administrativas. Ao nível das tarefas técnicas relevamos a atualização e manutenção dos equipamentos laboratoriais, o apoio às aulas práticas de laboratório, a atualização de software nos laboratórios de aplicações informáticas e a manutenção de plataformas de gestão de conteúdos de gestão pedagógica e de e-learning. As tarefas administrativas consistem essencialmente na elaboração de horários e marcação de salas para as aulas e avaliações, na criação e no lançamento de pautas, no registo de faltas dos estudantes e no acompanhamento de estágios e de estudantes em programas de mobilidade.*

*No âmbito destas intervenções estão afetos 26 colaboradores em regime de contrato de trabalho em funções*

*públicas.*

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

*There are 26 members of the non-academic staff, who support academic activities, distributed through different services, which are responsible for technical and/or administrative tasks. The main technical tasks of these offices include maintaining and updating the laboratories' equipment, supporting laboratory classes, updating software in computer sciences laboratories, and maintaining pedagogical management and e-learning content management systems. Administrative tasks consist mainly in scheduling classes, booking classrooms for classes and exams, creating students' grades lists and making them public, keeping a record of student's attendance, as well as supporting students' internships and mobility programmes.*

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

*No que respeita à categoria dos funcionários não docentes, 13 são Técnicos Superiores, 7 Assistentes Técnicos, 1 Coordenador Técnico, 3 Técnicos de Informática e 2 Especialistas de Informática. Quanto ao grau académico, 19 são licenciados, 4 concluíram o ensino secundário, 1 concluiu o 11.º ano e 2 possuem o grau de mestre. Além disso, de entre estes funcionários não docentes, um concluiu um CET, um possui uma pós-graduação, um frequenta um curso de mestrado e três frequentam um curso de doutoramento.*

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

*Members of the non-academic staff are included in several professional groups: 13 are Técnicos Superiores (senior technicians), 7 Assistentes Técnicos (technical assistants), 1 Coordenador Técnico (technical coordinator), 3 Técnicos de Informática (computer technicians) e 2 Especialistas de Informática (computer specialists). Concerning academic degrees, 19 hold an undergraduate degree (one of them also holds a postgraduate degree), 4 completed secondary education (one also completed a Technology Specialization Course (CET)), 1 completed the next-to-last year of secondary education, and 2 hold a Master degree. One of these workers is also attending a Master degree, and three a Doctor degree.*

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

*A avaliação de desempenho do pessoal não docente é efetuada através do SIADAP (Sistema Integrado de Avaliação de Desempenho na Administração Pública). O processo de avaliação segue assim o estipulado na Lei nº 66-B/2007, de 28 de Dezembro, estando inclusivamente em preparação um regulamento de adequação daquele sistema à organização de uma instituição de ensino superior, uma vez que apresenta características particulares, pouco comuns ao sistema da administração pública no seu todo.*

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

*Non-academic staff assessment is made under the SIADAP (performance assessment in public administration), and follows the established in Law no. 66-B/2007, dated December 28. Nevertheless, a specific regulation for higher education institutions is being prepared, since these have different characteristics from other public administration institutions.*

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

*Anualmente o IPL apresenta um plano formativo orientado para as estratégias, inovação e gestão, desenvolvimento de competências técnicas, científicas e comportamentais necessárias ao bom desempenho dos seus colaboradores. O plano contempla o desenvolvimento de ações dirigidas às diferentes categorias profissionais, com o objectivo de promover a igualdade de oportunidades e igualdade de géneros. Quer nos Estatutos, quer no Plano Estratégico (2010/2014), o IPL manifesta a intenção de prestar um serviço público de qualidade, bem como de desenvolver programas de qualificação dos seus corpos docente e não docente. Do Plano, ou através de formações Não Planeadas, constam as diferentes temáticas: "Direito", "Literacia Informática", "Gestão", "Desenvolvimento Pessoal", "Comunicação" e "Segurança no Trabalho". Os conteúdos programáticos das formações visam o reforço das competências dos colaboradores no sentido de produzir um serviço de qualidade e de valor acrescentado à comunidade envolvente*

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

*Each year IPL presents a training programme guided towards strategies, innovation and management, and the development of the necessary technical, scientific and behavioural skills for a good staff performance. This programme includes several activities for various professional groups, aiming at promoting equal opportunities and gender equality.*

*The Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria and its Strategic Plan for 2010/2014 are prove of the institute's intention of providing a quality public service, as well as developing qualification programmes for both academic and non-academic staff. The institute's training programme comprises many fields, such as Law, Computer Literacy, Management, Personal Development, Communication, and Workplace Safety. This training programme aims at enhancing staff skills, in order to provide a quality added-value service to the community.*

## 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	49
Feminino / Female	51

#### 5.1.1.2. Por Idade

##### 5.1.1.2. Caracterização por idade / Characterisation by age

Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	18
20-23 anos / 20-23 years	60
24-27 anos / 24-27 years	15
28 e mais anos / 28 years and more	7

#### 5.1.1.3. Por Região de Proveniência

##### 5.1.1.3. Caracterização por região de proveniência / Characterisation by region of origin

Região de proveniência / Region of origin	%
Norte / North	0.5
Centro / Centre	90.1
Lisboa / Lisbon	1.6
Alentejo / Alentejo	1.6
Algarve / Algarve	0.5
Ilhas / Islands	1.1

#### 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

Escolaridade dos pais / Parents	%
Superior / Higher	6.3
Secundário / Secondary	14.3
Básico 3 / Basic 3	17
Básico 2 / Basic 2	14.6
Básico 1 / Basic 1	23.9

#### 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

Situação profissional dos pais / Parents	%
Empregados / Employed	48.6
Desempregados / Unemployed	3
Reformados / Retired	5.5
Outros / Others	42.9

### 5.1.2. Número de estudantes por ano curricular

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

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
1º ano curricular	76
2º ano curricular	47
3º ano curricular	59
	<b>182</b>

### 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	40	40	40
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	32	44	41
N.º colocados / No. enrolled students	56	46	46
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	32	23	37
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	107	118	107
Nota média de entrada / Average entrance mark	127	135	129
	<b>394</b>	<b>406</b>	<b>400</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.

*O Coordenador de Curso (constituído como um órgão nos termos do Artigo 60º dos estatutos do IPL) dispõe da colaboração da comissão científico-pedagógica para garantir o exercício das suas funções das quais destacamos atividades de tutoria e de estágio no âmbito do respectivo curso.*

*O Provedor do Estudante (constituído como um órgão nos termos do Artigo 56º dos estatutos do IPL) tem como propósito defender e promover os direitos e os interesses legítimos dos estudantes do IPL, em articulação com os órgãos e serviços do IPL.*

*O Serviço de Apoio ao Estudante (SAPE) (constituído como unidade funcional nos termos do artigo 11.º dos estatutos do IPL) tem como finalidade a promoção do sucesso académico e bem-estar dos estudantes, desenvolvendo as suas atividades na área do apoio psicopedagógico, orientação e acompanhamento pessoal e social, apoio psicológico e orientação vocacional.*

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

*The Course Coordinator (created by article 60 of the Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria) has the support of the scientific and pedagogical commission to fulfil its duties, which include tutorship and internship related activities.*

*The Student's Ombudsman (created by article 56 of the Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria) aims at defending and promoting IPL students' legitimate rights and interests, with the help of other IPL bodies and services.*

*The attributions of the Student Support Services – SAPE (created by article 11 of the Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria) involve promoting academic success and students' well-being. Its activities include psychopedagogical and psychological support, personal and social guidance and supervision, and*

*vocational orientation.*

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

*O Coordenador de Curso, além do acompanhamento continuado durante o ano, promove reuniões com os estudantes. Para os estudantes do 1.º ano são apresentados os serviços ao dispor: Serviços Académicos, Serviços de Informática, Biblioteca, SAPE, entre outros. É disponibilizado o Guia de Apoio ao Estudante em formato digital.*

*O Provedor do Estudante aprecia as queixas e reclamações dos estudantes e faz recomendações genéricas com vista a acautelar os seus interesses, nomeadamente no domínio da atividade pedagógica e da ação social escolar.*

*O SAPE promove atividades de integração e adaptação, à instituição e à cidade, do estudante recém-chegado. Procura promover atividades diversas onde os estudantes mais experientes, em parceria com a Associação de Estudantes, assumam um papel central no acolhimento e acompanhamento dos novos estudantes. Tem dinamizado uma formação sobre Tutorado, tendo como público-alvo os docentes e visa promover o reforço do acompanhamento dos estudantes do 1.º ano.*

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

*The Coordinator provides year-round support and also carries out meetings with the students. First year students have full support of the following services: Academic, Information Technology Services, Library, Student Support Services – SAPE, among others. Students may also find a student handbook in the institute's website. The Student's Ombudsman analyses students' complaints, making generic recommendations, in order to safeguard students' interests, namely in what concerns pedagogical activities and social support. SAPE promotes reception activities to new students, in order to facilitate their integration and adaptation to the institute and the city, and also organizes several activities aiming at encouraging more experienced students to have, with the help of the student's union, a more relevant role in the reception and support of new students. SAPE has also promoted a training on tutoring, having lecturers as the target group, aiming to increase first year students' support.*

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

*No IPL existem medidas de financiamento e emprego para estudantes, durante a frequência do curso e para os finalistas. No âmbito das medidas de financiamento e emprego destinadas aos estudantes que se encontram a frequentar um curso no IPL, destacam-se a bolsa permanente de emprego para estudantes promovida pelos Serviços de Ação Social (SAS), os protocolos de financiamento com instituições bancárias e o fundo social de emergência.*

*Aos diplomados do IPL é disponibilizada, desde dezembro de 2007, uma Bolsa de Emprego on-line (BE), que além de divulgar ofertas de emprego e permitir o contacto entre empresas e diplomados, efetua várias atividades de divulgação de informação sobre ações de estímulo ao empreendedorismo.*

*Também o Centro de Transferência e Valorização do Conhecimento (CTC/OTIC) age como mediador e estimulador do empreendedorismo, sendo promotor do mesmo, gestor da propriedade intelectual e interlocutor entre o tecido empresarial e o IPL.*

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

*IPL provides funding and employment possibilities to students. For current IPL students the offer goes from a dedicated website, developed by the institute's social support services, with job offers on different fields of study, to funding agreements with banks, and the emergency social fund.*

*Since December 2007, IPL graduates have also access to that platform with job offers, as well as information, projects and activities that encourage and promote entrepreneurship, and which allows them to interact with companies and other graduates.*

*The Technology Transfer Information Center (CTC/OTIC) is an agent which facilitates, promotes, and encourages entrepreneurship, as well as an intellectual property manager, and an intermediary between economic agents and IPL.*

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

*São realizados questionários semestrais a alunos, avaliando as dimensões: unidades curriculares; atividade docente; envolvimento do estudante na unidade curricular; aferição do número de horas de trabalho. Os resultados destes inquéritos constam do relatório anual de síntese das atividades do curso, elaborado pelo coordenador de curso, no qual são elencadas medidas corretivas/melhoria propostas para o ano letivo seguinte.*

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

*Each semester students are asked to fill a survey that aims at assessing the following academic aspects: subjects, lecturers' activity, students' performance in the subject, workload. The surveys' results are included in the annual degree programme evaluation report, which is prepared by the course coordinator, and which includes corrective/improvement measures for the next academic year.*

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

*Incumbe ao Gabinete de Mobilidade e Cooperação Internacional o tratamento das principais questões*

*respeitantes à mobilidade e cooperação do Instituto e unidades orgânicas nos planos nacional e internacional, ao nível de todos os cursos do IPL (n.º 8 do artigo 106º, dos Estatutos do Instituto Politécnico de Leiria). Esta função é desempenhada em colaboração com o coordenador de curso, responsável por: aprovar o plano de estudos dos estudantes em mobilidade e divulgar os programas de mobilidade internacional disponíveis – esta divulgação ocorre nas reuniões de início de semestre com os estudantes. Desde 2008 que o IPL dispõe de um Regulamento de Creditação da Formação e Experiência Profissional que contempla a creditação da formação realizada no âmbito de ciclos de estudos superiores em estabelecimentos de ensino superior nacionais ou estrangeiros, quer a obtida no quadro da organização decorrente do Processo de Bolonha, quer a obtida anteriormente.*

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

*The Mobility and International Cooperation Office (GMCI) is responsible for the main issues concerning national and international mobility and cooperation of the institute and its schools (article 106 (8) of the Statutes of the Polytechnic Institute of Leiria).*

*This done in collaboration with the course coordinator, responsible for: approving the curriculum of students in mobility and promoting available international mobility programs (this occurs in the meetings with students at each semester launch)*

*Since 2008, IPL has a regulation on credit transfer of previous study, work experience and other training, which includes transferring credits of undergraduate/graduate degrees from national and international higher education institutions (Bologna or pre-Bologna).*

## **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.**

*O ciclo de estudos visa preparar profissionais com formação pluridisciplinar e especializada para o exercício de atividades nas áreas do marketing, assumindo os princípios orientadores da Declaração de Bolonha. As competências gerais que os estudantes devem desenvolver durante o curso passam por: identificar, definir e explicar conceitos específicos na área do Marketing; delimitar e resolver problemas, aplicando os conceitos e teorias em ambientes e situações reais; analisar e distinguir diferentes contextos organizacionais; recolher, selecionar, sintetizar e comunicar informação de modo profissional; aprender de modo autónomo ao longo da vida. Estas competências estão refletidas em cada uma das unidades curriculares, obviamente adaptadas à área específica a que pertencem, tendo sido adotada, para esse efeito, a indicação genérica de objetivos e competências definidos nos Descritores de Dublin.*

*As UC que compõem o plano de estudos visam dotar os estudantes das seguintes aptidões e conhecimentos específicos:*

- *Formar profissionais capazes de analisar e conhecer os mercados, de compreender o comportamento do consumidor e de determinar oportunidades de negócio;*
- *Desenvolver estudos de mercado, segmentar o mercado, gerar e disseminar informação de mercado e responder ao mercado aproveitando as oportunidades ou criando-as, apostando na inovação;*
- *Planear e executar a conceção, preço, comunicação e distribuição de ideias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam objetivos individuais e organizacionais;*
- *Assegurar a coerência entre as estratégias de marketing e a estratégia de negócio;*
- *Gerir a carteira de clientes, personalizando os relacionamentos e identificando as fontes de valor com a finalidade de fidelizar os clientes mais valiosos para a empresa;*
- *Conduzir processos de negociação em diferentes contextos culturais e gerir situações de conflito;*
- *Gerir a força de vendas e equipas de trabalho;*
- *Gerir a logística e a cadeia de abastecimentos;*
- *Desenvolver o merchandising e ações de promoções de vendas;*
- *Formar profissionais capazes de aplicar o marketing no sector da indústria, dos serviços, da distribuição e do sector público e social;*
- *Gerir as marcas, as categorias e o sortido em geral;*
- *Desenvolver estratégias de comunicação, usando a publicidade, as relações públicas, o patrocínio, entre outras formas de comunicação;*
- *Conhecer e explorar o potencial do web marketing e do comércio eletrónico.*

*O grau de cumprimento das competências, conhecimentos e objetivos estabelecidos é patente através do sucesso escolar dos estudantes, do grau de satisfação manifestado nos inquéritos pedagógicos e, bem assim, da taxa de empregabilidade dos alunos diplomados.*

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

*This study cycle is designed to prepare professionals with multidisciplinary and specialized training for the exercise of activities in the areas of marketing, assuming the guiding principles of the Bologna Declaration.*

*The skills that students should develop during the course include: identifying, defining and explaining specific concepts in the area of Marketing, defining and solving problems, applying concepts and theories in real situations and environments, analyzing and distinguishing different organizational contexts; collecting, selecting, synthesizing and communicating information in a professional manner; independently learning. These skills are reflected in each of the units, obviously adapted to the specific area to which they belong. For this purpose, it has been adopted the generic indication of typical achievements and abilities defined in Dublin descriptors.*

*The UC included in the curriculum are designed to provide students with the following skills and knowledge:*

- *Ability to analyze and understand the markets, to understand consumer behavior and to determine business opportunities;*
- *Developing market research, market segmentation, generate and disseminate market information and respond to the market taking advantage of the opportunities or creating them, through innovation;*
- *Planning and executing the generation, price, communication and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals;*
- *Ensuring coherence between the marketing strategies and business strategy;*
- *Managing customers portfolio, personalizing relationships and identifying the sources of value in order to retain the most valuable customers for the company;*
- *Conducting negotiation processes in different cultural contexts and manage conflict situations;*
- *Managing the sales force and work teams;*
- *Managing logistics and supply chain;*
- *Developing merchandising and sales promotion activities;*
- *Capacity of applying marketing in industry, services, distribution and public sector and social;*
- *Managing brands, categories and assortment in general;*
- *Developing communication strategies, using advertising, public relations, sponsorship and other forms of communication;*
- *understanding and exploring the potential of web marketing and e-commerce.*

*The degree of fulfillment of the skills, knowledge and goals is evident through the academic success of students, the degree of satisfaction expressed in pedagogic surveys and teaching, as well as the employment rate of graduates.*

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

*São objetivos do processo de Bolonha, entre outros, promover a mobilidade dos estudantes e a comparabilidade das formações no espaço europeu. A estrutura curricular do ciclo de estudos está em consonância com estes objetivos, tendo em conta que:*

- 1. Consiste num curso de 1º ciclo, facilmente reconhecível, com duração de 6 semestres.*
- 2. Está estruturada com base num sistema de acumulação e de transferência de créditos curriculares (ECTS), contando com 180 ECTS distribuídos equitativamente pelos 6 semestres.*
- 3. Em cada UC, a atribuição de ECTS é realizada de acordo com o disposto no decreto-lei nº 42/2005 de 22 de Fevereiro. O número de ECTS atribuído a cada UC tem em conta as horas de contacto (ensino teórico, teórico-prático, práticas laboratoriais, orientações tutoriais e seminários), bem como o trabalho autónomo por parte do estudante, que envolve as horas estudo individual e as diversas atividades relacionadas com avaliação. Cada ECTS corresponde a um total de 27 horas de trabalho.*
- 4. Obedece a uma estrutura que é coerente com a de cursos similares no espaço europeu, contribuindo para que seja reconhecível e comparável. Tomando como exemplo os cursos que serviram de referencial aquando da adequação a Bolonha (cursos de Marketing nas IES: Lancaster University, Bristol University e Anglia Ruskin University), verifica-se que estes cursos compreendem unidades curriculares distribuídas pelas mesmas áreas científicas que estão definidas neste ciclo de estudos. Adicionalmente, cerca de 65% das unidades curriculares obrigatórias constam também dos planos de estudo daqueles referenciais, sendo de registar também a coerência geral quanto ao número de ECTS atribuídos.*
- 5. Privilegia o desenvolvimento e aplicação de competências, através de exercícios de campo, nomeadamente no desenvolvimento de estudos de mercado, na análise de estudos de caso, e no desenvolvimento de estratégias de Marketing para empresas a operar no mercado. Muitos destes métodos são operacionalizados através da realização de trabalhos de grupo, da apresentação oral desses trabalhos, da elaboração de relatórios e da pesquisa de informação, utilizando para isso, sistemas e tecnologias de informação.*
- 6. Possui 4 UC de opção (podendo recair sobre a área científica de Marketing, Gestão, Economia, Finanças ou Tecnologias de Informação) que conferem flexibilidade ao plano de estudos, facilitando também a mobilidade, nomeadamente através do programa Erasmus.*
- 7. Prevê a creditação de algumas UC (mediante proposta da coordenação de curso e aprovação em Conselho Técnico-Científico) com base em competências adquiridas, por exemplo, pela participação em projetos internacionais (é o caso de Inovação e Empreendedorismo e Seminário, que já foram objeto de creditação a estudantes que participaram em Erasmus Intensive Programmes).*

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

*The objectives of the Bologna process include, among others, promoting students mobility and comparability of academic degrees in the European system of higher education. The curricular structure of the study cycle is in agreement with these objectives, considering that:*

- 1. It consists of a 1st degree cycle, easily recognizable, with duration of 6 semesters.*
- 2. It is based on the European credit transfer and accumulation system (ECTS), with 180 ECTS equally distributed among the six semesters.*
- 3. In each UC, the attribution of ECTS was made according with decree-law n ° 42/2005, 22nd February. The number of ECTS assigned to each UC takes into account the contact hours (theoretical, theoretical-practical, practical laboratory tutorial and seminars), as well as independent work by the student, which involves hours*

for individual study and various activities related to evaluation. Each ECTS corresponds to a total of 27 hours. 4. It follows a structure that is consistent with similar courses in Europe, contributing to its recognition and comparability. Taking the example of the courses that served as a reference when adaptation to Bologna was made (Marketing courses in HEIs: Lancaster University, Bristol University and Anglia Ruskin University), it is visible that these courses comprise curriculum units distributed by the same scientific fields that are defined in this study cycle. Additionally, about 65% of the mandatory curricular units also belong to study plans of that referential, being also consistent as to number of ECTS assigned.

5. It privileges the development and application of competences, by field exercises, particularly on development of market studies, in the analysis of case studies, and in developing strategies of Marketing for companies to operate in the market. Many of these methods take effect through the realization of group works, oral presentation of these works, elaboration of reports and researching information, using for this, systems and information technologies.

6. It has 4 optional CU (that may be on the scientific area of Marketing, Management, Economics, Finance or Information Technology), which give flexibility to the curriculum, and also facilitate mobility, especially through Erasmus.

7. It contemplates accreditation of some CU (through Coordinator proposal and approval by Scientific-Technical Council) based on acquired skills, for example, participation in international projects (it is the case of Innovation and Entrepreneurship and Seminary, which have been subject to accreditation to students who participated in Erasmus Intensive Programmes).

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

Anualmente é elaborado um relatório de avaliação do curso e em função da análise a esse relatório, elaborada pela Comissão Científica-Pedagógica do Curso (incluindo os estudantes), pelo Conselho Técnico Científico e pelo Conselho pedagógico, poderão ser propostas alterações ao plano de estudos bem como de atualização científica e dos métodos de trabalho. Para além disso, são efetuadas alterações ao plano de estudo sempre que a legislação o exige. No Curso de licenciatura em Marketing, desde a definição do plano de estudos adequado a Bolonha, não foi efetuada qualquer alteração ao plano de estudos.

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

An annual report is made to evaluate the course and according to its analysis, prepared by the Scientific-Pedagogical Commission of the Course (including students), technical and scientific Council, and pedagogical Council, improvements may be proposed to the curriculum, work methodology and/or scientific update. Additionally, curriculum is changed whenever legally required. No changes to the curriculum were made in the Marketing Course after the definition of the curriculum appropriate to Bologna.

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

O plano de estudos contempla uma unidade curricular de estatística aplicada onde são aprendidos os métodos estatísticos geralmente usados na componente empírica dos artigos científicos. Contempla também uma UC de modelos e técnicas de comunicação, que possui como um dos objetivos auxiliar os estudantes a estruturar trabalhos de investigação escritos, seguindo metodologias de trabalho científico. Outras disciplinas contemplam a investigação através da elaboração de estudos de caso de empresas reais da região, nacionais ou internacionais, com um foco teórico explícito - visando a análise aplicada de conceitos teóricos aprendidos. Esta prática proporcionou recentemente a participação de alunos de Marketing num livro editado este ano por uma das docentes do curso (docente Alzira Marques), em que estão incluídas adaptações dos estudos de caso desenvolvidos pelos alunos em UC do curso.

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

The curriculum includes one curricular unit of applied statistics, in which students learn statistical methods generally used in the empirical component of scientific papers. There is also another CU - Communication Models and Techniques, in which one of the learning outcomes consists of helping students producing texts for scientific purposes. Other curricular units include research by analysing case studies of real regional, national or international companies, with an explicit theoretical focus - aiming at the applied analysis of theoretical concepts learned. This practice has recently provided the participation of Marketing students in a book published this year by one of the teachers of the study cycle (Alzira Marques), which included adaptations of the case studies developed by students in the course curricular units.

## **6.2. Organização das Unidades Curriculares**

---

### **6.2.1. Ficha das unidades curriculares**

#### **Mapa IX - Gestão de Marketing**

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

*Gestão de Marketing*

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

*Ana Catarina Cadima Lisboa (sem carga letiva atribuída este ano na UC)*

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

*Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge  
Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana (total 60 horas)  
Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre*

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

*Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge  
Theoretical-practical classes: 1 class of 4 hours/week (total 60 hours)  
Tutorial: 4 hours distributed throughout the semester*

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

*C1. Conhecimento– conhecimentos dos conceitos de marketing  
C2. Aplicação de conhecimentos– capacidade em diagnosticar problemas estratégicos de marketing;  
Capacidade em aplicar os elementos do marketing estratégico  
C3. Síntese – Capacidade em planear e formular a estratégia de marketing de uma empresa  
C4. Competências de comunicação – Capacidade em produzir relatórios; Capacidade em apresentar oralmente os resultados do relatório  
C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente*

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

*C1. Knowledge– knowledge of the marketing concepts  
C2. Knowledge application – ability to diagnose strategic marketing problems; ability to apply the strategic marketing elements  
C3. Synthesis – ability to plan and formulate the marketing strategy for a firm  
C4. Communication skills – ability to produce reports; ability to orally present the report results  
C5. Learning skills – ability to study autonomously*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1. Conceitos fundamentais de marketing  
2. A estratégia de marketing e enquadramento na estratégia global  
2.1 Introdução  
2.2 Elaboração da estratégia de marketing  
3. Análise competitiva do mercado  
3.1 Análise do meio envolvente  
3.2 Análise do mercado  
3.3 Análise da competitividade  
3.4 Análise interna  
3.5 Análise SWOT  
4. Estudos de mercado  
4.1 Objetivos e informação a recolher  
4.2 Tipos de estudos  
4.3 Fontes de informação  
5. Segmentação e posicionamento  
5.1 Distinção do marketing de massas e individualizado  
5.2 Conceito de segmentação  
5.3 Processo de segmentação  
5.4 Critérios de segmentação  
5.5 Conceito de posicionamento  
5.6 Fases, formas e avaliação do posicionamento  
6. Comportamento do consumidor  
6.1 Análise do comportamento do consumidor  
6.2 Variáveis individuais  
6.3 Variáveis sociológicas e culturais  
6.4 Processo de decisão de compra  
6.5 Aprendizagem  
7. Ligação do marketing estratégico ao marketing operacional*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1. Fundamental marketing concepts  
2. Marketing strategy and link to global strategy  
2.1 Introduction  
2.2 Marketing strategy formulation  
3. Market competitive analysis  
3.1 Environment analysis  
3.2 Market analysis  
3.3 Competitive analysis  
3.4 Internal analysis*

- 3.5 SWOT analysis
- 4. Market research
  - 4.1 Aim and information to collect
  - 4.2 Study types
  - 4.3 Information sources
- 5. Segmentation and positioning
  - 5.1 Distinguishing mass and individual marketing
  - 5.2 Segmentation concept
  - 5.3 Segmentation processo
  - 5.4 Segmentation criteria
  - 5.5 Positioning concept
  - 5.6 Positioning phases, forms and evaluation
- 6. Consumer behaviour
  - 6.1. Consumer behaviour analysis
  - 6.2. Individual variables
  - 6.3. Sociological and cultural variables
  - 6.4. Buying decision process
  - 6.5. Learning
- 7. Strategic and operational marketing link

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

1. *Conceitos fundamentais de marketing (C1, C5)*
2. *A estratégia de marketing e enquadramento na estratégia global (C1, C2, C3, C4, C5)*
3. *Análise competitiva do mercado (C1, C2, C3, C4, C5)*
4. *Estudos de mercado (C1, C2, C3, C5)*
5. *Segmentação e posicionamento (C1, C5)*
6. *Comportamento do consumidor (C1, C2, C3, C5)*
7. *Ligação do marketing estratégico ao marketing operacional (C1, C2, C3, C5)*

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

1. *Fundamental marketing concepts C1, C5)*
2. *Marketing strategy and link to global strategy (C1, C2, C3, C4, C5)*
3. *Market competitive analysis (C1, C2, C3, C4, C5)*
4. *Market research (C1, C2, C3, C5)*
5. *Segmentation and positioning (C1, C5)*
6. *Consumer behaviour (C1, C2, C3, C5)*
7. *Strategic and operational marketing link (C1, C2, C3, C5)*

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos; Exemplificação e aplicação a problemas reais;*

*Apresentação e discussão de casos reais)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Elaboração do trabalho de grupo*

*Avaliação contínua*

*- Trabalho prático (50%) (relatório: 35%/apresentação: 15%)*

*- Frequência (50%)*

*- Nota mínima de 8 valores em todos os pontos*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*- Exame escrito individual (70%) (nota mínima de 8 valores)*

*- Trabalho prático (30%)*

*Ou*

*Exame escrito individual (100%)*

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

*Presence*

*Theory-practice (Concept presentation; Exemplification and application to real problems; Presentation and discussion of real cases)*

*Tutorial (doubt clarifying sessions)*

*Autonomous*

*Study (reading of the recommended books)*

*E-learning (Material of the CU)*

*Group project*

**Continuous evaluation**

- *Group project (50%) (report: 35%/presentation: 15%)*
- *Written test (50%)*
- *Minimum grade of 8/20 in all the items*

**Exam**

- *Written test (70%) (minimum grade of 8/20)*
- *Group project (30%)*

Or

*Written test (100%)***6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

**Presencial**

- *Ensino teórico-prático*
- o *Apresentação dos conceitos (C1)*
- o *Exemplificação e aplicação a problemas reais (C1, C2, C3)*
- o *Apresentação e discussão de casos reais (C1, C2, C3)*
- *Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas) (C1, C2, C3)*

**Autónoma**

- *Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada) (C1, C5)*
- *E-aprendizagem (Material relativo à UC) (C5)*
- *Elaboração do trabalho de grupo (C2, C3, C4, C5)*

**Recursos**

- *Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2, C3, C4)*
- *Computador com powerpoint e Windows media player (C1, C2, C3, C4)*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.****Presence****Theoretical-practical**

- *Concept presentation (C1)*
- *Exemplification and application to real problems (C1, C2, C3)*
- *Presentation and discussion of real cases (C1, C2, C3)*
- *Tutorial (doubt clarifying sessions) (C1, C2, C3)*

**Autonomous**

- *Study (reading of the recommended books) (C1, C5)*
- *E-learning (Material of the CU) (C5)*
- *Group project (C2, C3, C4, C5)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- *Marketing Management - Kotler, P. (2003); Prentice Hall*
- *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing - Rodrigues, V.; Dionísio, P.; Lindon, D.; Lendrevie, J. (2004); Publicações D. Quixote*
- *Basic Marketing - Perreault, William; Macarthy, E. Jerome (1999); McGraw-Hill*

**Mapa IX - Métodos Quantitativos****6.2.1.1. Unidade curricular:***Métodos Quantitativos***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Luís Manuel da Silva Cotrim (2 turmas com 4h TP / semana, total 60 TP; 4h OT ao longo do semestre)***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***n.a.***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***n.a.***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- C1. Conhecer e compreender conceitos matemáticos e suas propriedades.*
- C2. Relacionar conceitos matemáticos.*
- C3. Interpretar um problema, modelá-lo em termos matemáticos e resolvê-lo.*

*C4. Usar o espírito crítico na análise dos resultados.*

*C5. Aplicar os conceitos de Álgebra Linear na resolução de sistemas de equações lineares.*

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

*C1. Knowledge and understanding of mathematical concepts and their properties.*

*C2. Ability to relate mathematical concepts.*

*C3 Ability to interpret a problem, formulate it in mathematical terms and solve it.*

*C4. Ability to use a critical analysis of the results.*

*C5. Ability to apply the concepts of linear algebra to solve systems of linear equations.*

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

*1. Funções reais de variável real*

*Conceitos base sobre funções.*

*Funções polinomiais e racionais.*

*Função exponencial.*

*Função logarítmica.*

*Limites e Continuidade de Funções Reais de Variável Real.*

*2. Cálculo diferencial em IR*

*Derivadas*

*Otimização de funções.*

*3. Cálculo integral em IR*

*Primitiva.*

*Integrais definidos.*

.

*4. Matrizes e sistemas de equações lineares*

*Definição de matriz.*

*Operações com matrizes.*

*Condensação de matrizes.*

*Definição e determinação da matriz inversa.*

*Sistemas de equações lineares.*

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

*1. Real Functions of Real Variable*

*Basic concepts about functions.*

*Polynomial and rational functions.*

*Exponential function.*

*Logarithmic function.*

*Limits and continuity of real functions of real variable.*

*2. Differential calculus on IR*

*Derivative.*

*Optimization of functions.*

*3. Cálculo integral em IR*

*Indefinite integrals.*

*Definite integrals.*

*4. Matrices and systems of linear equations*

*Matrix definition.*

*Matrix operations.*

*Condensation of a matrix.*

*Definition of the inverse of a matrix.*

*Systems of linear equations.*

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

*Os conteúdos programáticos leccionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*1. Funções Reais de uma Variável real (f.r.v.r.)*

*1.1. Conceitos base sobre funções. (C1,C2,C6)*

- 1.2. Funções polinomiais e racionais. (C1,C2,C3,C4,C6)
- 1.3. Função exponencial. (C1,C2,C3,C4,C6)
- 1.4. Função logarítmica. (C1,C2,C3,C4,C6)
- 1.5. Limites e Continuidade de Funções Reais de Variável Real. (C1,C2)

## 2. Cálculo diferencial em IR

- 2.1. Derivadas. (C1,C2,C3,C4,C6)
- 2.2. Otimização de funções. (C1,C2,C3,C4,C6)

## 3. Cálculo integral em IR

- 3.1. Primitiva Derivadas. (C1,C2,C4,C6)
- 3.2. Integrais definidos. (C1,C2,C3,C4,C6)

## 4. Matrizes e sistemas de equações lineares

- 4.1. Definição de matriz. (C1,C2,C3,C4,C5)
- 4.2. Operações com matrizes. (C1,C2,C3,C4,C5)
- 4.3. Condensação de matrizes. (C1,C2,C4,C5)
- 4.4. Definição e cálculo da matriz inversa. (C1,C2,C5,C6)
- 4.5. Sistemas de equações lineares. (C1,C2,C3,C4,C5,C6)

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

*The syllabus taught contribute to the UC skills established as follows:*

#### 1. Real Functions of Real Variable

- 1.1. Basic concepts about functions. (C1,C2,C6)
- 1.2. Polynomial and rational functions. (C1,C2,C3,C4,C6)
- 1.3. Exponential function. (C1,C2,C3,C4,C6)
- 1.4. Logarithmic function. (C1,C2,C3,C4,C6)
- 1.5. Limits and continuity of real functions of real variable. (C1,C2)

#### 2. Cálculo diferencial em IR

- 2.1. Derivative. (C1,C2,C3,C4,C6)
- 2.2. Optimization of functions. (C1,C2,C3,C4,C6)

#### 3. Integral Calculus

- 3.1. Indefinite integrals. (C1,C2,C4,C6)
- 3.2. Definite integrals. (C1,C2,C3,C4,C6)

#### 4. Matrices and systems of linear equations

- 4.1. Matrix definition. (C1,C2,C3,C4,C5)
- 4.2. Matrix operations. (C1,C2,C3,C4,C5)
- 4.3. Condensation of a matrix. (C1,C2,C4,C5)
- 4.4. Definition of the inverse of a matrix. (C1,C2,C5,C6)
- 4.5. Systems of linear equations. (C1,C2,C3,C4,C5,C6)

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

*A metodologia de aprendizagem desenvolve-se através das seguintes componentes:*

#### *Presencial:*

- *Ensino teórico-prático: Apresentação dos conceitos teóricos da Matemática; Exemplificação e aplicação dos conceitos teóricos a problemas reais; Análise, resolução e discussão de exercícios.*
- *Orientação tutorial, em pequenos grupos para conduzir o processo de aprendizagem e esclarecerem-se dúvidas.*

*Autónoma: estudo; leitura de excertos de bibliografia recomendada pela unidade curricular; resolução dos exercícios recomendados pela unidade curricular.*

*E - aprendizagem: Consulta de material relativo à unidade curricular.*

#### *Recursos Específicos*

1. *Ensino TP - sala de aula normal.*
2. *OT – gabinete ou sala de aula normal.*

• *Avaliação Periódica: 4 Testes (T1, T2, T2, T3); Classificação final: T1 + T2 + T3+T4*

• *Avaliação por Exame: Teste escrito individual (20 valores).*

*As notas superiores a 16 valores poderão estar sujeitas a prova oral suplementar.*

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

*Contact teaching*

1. *Theoretical and practical lectures: presentation of theoretical concepts of Mathematics; exemplification and application of the theoretical concepts to real problems; review, discussion and resolution of exercises.*

2. *Tutorial: Personal orientation sessions in small groups to conduct the learning process and clarify doubts.*

*Autonomous learning: Study, reading of excerpts of the literature recommended, resolution of the exercises recommended.*

*E - learning: Consultation of material about the course.*

*Specific resources:*

1. *Lectures - standard classroom.*
2. *Tutorial orientation - teacher's office or the standard classroom.*

• *Periodic assessment: 4 Tests (T1, T2, T2, T3); final classification: T1 + T2 + T3+T4*

• *Assessment by Exam: Individual written test (20 values).*

*The marks above 16 values may be subject to additional oral.*

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

*As metodologias de ensino usadas contribuem para as competências estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

##### *1. Ensino teórico-prático*

*Apresentação dos conceitos teóricos da Matemática. (C1, C2, C5, C6)*

*Exemplificação e aplicação dos conceitos teóricos a problemas reais. (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

*Análise, resolução e discussão de exercícios. (C2, C3, C4, C5, C6)*

##### *2. Orientação Tutorial*

*Sessões de orientação pessoal, em pequenos grupos para conduzir o processo de aprendizagem e esclarecerem-se dúvidas. (C1,C2,C3,C4,C5,C6).*

*Autónoma*

##### *1. Estudo*

*Leitura de excertos de bibliografia recomendada pela unidade curricular. (C1,C2,C3,C4,C5,C6)*

*Resolução dos exercícios recomendados pela unidade curricular. (C1,C2,C3,C4,C5,C6)*

##### *2. E - aprendizagem*

*Consulta de material relativo à unidade curricular. (C7)*

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

*The teaching methods used contribute to the skills set for the UC as follows:*

*Contact teaching*

##### *1. Theoretical and practical lectures*

*Presentation of theoretical concepts of Mathematics. (C1, C2, C5, C6)*  
*Exemplification and application of the theoretical concepts to real problems. (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*  
*Review, discussion and resolution of exercises. (C2, C3, C4, C5, C6)*

## 2. Tutorial

*Personal orientation sessions in small groups to conduct the learning process and clarify doubts. (C1, C2, C3, C4, C5, C6).*  
*Autonomous*

### 1. Study

*Reading of excerpts of the literature recommended. (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*  
*Resolution of the exercises recommended. (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

### 2. E - learning

*Consultation of material about the course. (C7)*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Sydsaeter, K., Hammond, P., “Matemáticas para el Análisis Económico”, Prentice Hall, 1996.*

*Haeussler, E., Paul, R., “Matemáticas para Administración y Economía”, Pearson Educación, 2003.*

*Apontamentos fornecidos pelo docente.*

## Mapa IX - Introdução à Gestão

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Introdução à Gestão*

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

*Tânia de Matos Gomes Marques (1 turma 4h TP /semana, durante as primeiras duas semanas, total 8h TP)*

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

*Marta Sofia Gomes da Costa*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma (TP) de 4 horas/semana em regime diurno (total 52 horas), durante 13 semanas.*  
*Orientação Tutorial (OT): 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Marta Sofia Gomes da Costa (theoretical and practical (TP) classes: 4 hours per week (TP, day), during thirteen weeks, total 52hours); tutorial orientation (OT): a total of 4 hours distributed along the semester)*

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

*C1. Conhecimento – Definir conceitos, conhecer as funções, tarefas e papéis do gestor na condução das empresas e na tomada de decisão*

*C2. Compreensão – Compreender o alcance e as exigências das funções da gestão com vista a interpretar dados e identificar as causas dos problemas, proporcionando o mínimo de bases práticas de atuação e resolução dos mesmos.*

*C3. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Capacidade em relacionar conceitos, usar exemplos práticos de aplicação das funções de gestão.*

*C4. Análise – Capacidade para analisar o meio envolvente e a empresa e usar o sentido crítico; Capacidade para comparar e distinguir as práticas de gestão, nomeadamente a direção de pessoas.*

*C5. Síntese – Capacidade organizar e sintetizar a informação em relatórios de diagnóstico.*

*C6. Formulação de juízos de valor – Capacidade usar um espírito crítico na análise de casos reais, propor soluções, argumentar e justificar as decisões.*

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

*C1. Knowledge: to define the main basic concepts in management and to know what are the functions, tasks and skills of a manager*

*C2. Comprehension: to interpret management data, identify causes for problems and propose solutions*

*C3. Application: to use practical examples of the application of management functions*

*C4. Analysis: to analyse the firm and its external environment in a critical way; to compare and distinguish*

*management practices*

*C5: Synthesis: to organize information in diagnosis reports in order to support management decisions*

*C6: Evaluation: to criticize real cases, propose solutions and justify management decisions*

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

1. *Fundamentos da Gestão das Organizações*
2. *Evolução do Pensamento em Gestão*
3. *O Ambiente Organizacional*
4. *O Planeamento*
5. *A Tomada de Decisão*
6. *Organização*
7. *Direção*
8. *Controlo*
9. *Particularidades e Tendências da Gestão Moderna*

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

1. *Fundamentals in the management of organisations*
2. *The evolution of Management as a science*
3. *The organisational environment*
4. *Planning*
5. *Decision-making*
6. *Organizing*
7. *Directing*
8. *Controlling*
9. *Modern Management*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

1. *Fundamentos da Gestão das Organizações (C1, C2 e C3)*
2. *Evolução do Pensamento em Gestão (C1, C2 e C3)*
3. *O Ambiente Organizacional (C1, C2, C3, C4 e C5)*
4. *O Planeamento (C1, C2, C3, C4 e C5)*
5. *A Tomada de Decisão (C1, C2, C3, C4, C5 e C6)*
6. *Organização (C1, C2, C3, C4, C5 e C6)*
7. *Direção (C1, C2, C3, C4, C5 e C6)*
8. *Controlo (C1, C2, C3, C4, C5 e C6)*
9. *Particularidades e Tendências da Gestão Moderna (C1, C2, C3, C4, C5 e C6)*

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

*The several items of the syllabus contribute to the learning outcomes in the following way:*

1. *Fundamentals in the management of organisations (C1, C2, C3)*
2. *The evolution of Management as a science (C1, C2, C3)*
3. *The organisational environment (C1, C2, C3, C4, C5)*
4. *Planning (C1, C2, C3, C4, C5)*
5. *Decision-making (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*
6. *Organizing (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*
7. *Directing (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*
8. *Controlling (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*
9. *Modern Management (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

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

*Presencial*

*Ensino TP: Apresentação dos conceitos, princípios e metodologias associados à prática da gestão, com a apresentação de exemplos e com a análise e discussão de casos de estudo em cada ponto do programa.*

*Métodos pedagógicos usados: expositivo, interrogativo, estudo de casos, debates, exercícios.*

*OT: Sessões de esclarecimento de dúvidas, orientação de trabalhos de grupo e acompanhamento personalizado da evolução da aprendizagem/conhecimentos dos estudantes.*

*Autónoma*

*Estudo: Leitura de excertos de bibliografia e resolução dos casos de estudo recomendados*

*E-aprendizagem: Consulta de material relativo à UC; pesquisa na internet de exemplos ilustrativos.*

*Avaliação contínua*

*Trabalho de Grupo (TG) (Resolução, apresentação e discussão de um estudo de caso) 10%*

*1º Teste de Avaliação (TA1) 45%*

*2º Teste de Avaliação (TA2) 45%*

*Nota mínima em TG, TA1, TA2: 7,5valores*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Exame escrito (100%)***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***Classroom/office learning:*

*TP classes: presentation of theoretical concepts, methodologies and principles associated with the practice of management, illustrated with examples and the analysis and discussion of case studies, for each part of the syllabus. Pedagogical methodologies employed: exposition, discussion, debate, case studies and exercises.*

*TO: sessions for clarification of doubts, orientation in the resolution of group assignments and individualised guidance in the study of the course's contents.*

*Autonomous learning:*

*Study: reading the recommended bibliography and solving the case studies and exercises.*

*E-learning: the materials (theoretical slides, case studies, exercises, etc.) are made available at the online teaching platform Moodle.*

*Continuous evaluation: 1 group assignment + 2 individual tests (minimum grade of 7.5 in each item; weights of 10%, 45% and 45% in the final classification, respectively).*

*Evaluation by exam. Minimum grade: 9.5*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial**Ensino teórico-prático:*

- *Apresentação dos conceitos, princípios e metodologias associados à prática da gestão. (C1, C2, C3 e C4)*
- *Exemplificação e aplicação a casos reais. (C1, C2, C3, C4 e C5)*
- *Análise crítica, apresentação e discussão de casos de estudo. (C2, C3, C4, C5 e C6)*

*Orientação tutorial:*

- *Sessões de esclarecimento de dúvidas (C2, C3, C4, C5 e C6)*
- *Orientação de trabalhos de grupo (C2, C3, C4, C5 e C6)*
- *Acompanhamento personalizado da evolução da aprendizagem/conhecimentos dos estudantes. (C1, C2, C3, C4, C5 e C6)*

*Autónoma**Estudo*

- *Leitura de excertos de bibliografia recomendada (C1, C2 e C5);*
- *Resolução dos casos de estudo recomendados (C2, C3, C4, C5 e C6)*

*E-aprendizagem:*

- *Consulta de material relativo à unidade curricular; (C1, C2 e C5)*
- *Pesquisa na internet de exemplos que ilustrem a matéria. (C1, C2, C4 e C5)*

*Recursos*

- *Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2, C3, C4, C5 e C6)*
- *Gabinete – (C3 e C6)*

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

*The teaching methodologies contribute to the learning outcomes in the following way:*

*Classroom/office learning:**Theoretical and practical (TP) classes:*

- *presentation of theoretical concepts, methodologies and principles associated with the practice of management (C1, C2, C3, C4)*
- *illustration with real life examples (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *analysis and discussion of case studies (C2, C3, C4, C5, C6)*

*Tutorial orientation:*

- *sessions for clarification of doubts (C2, C3, C4, C5, C6)*
- *orientation in the resolution of group assignments (C2, C3, C4, C5, C6)*
- *individualised guidance in the study of the course's contents (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

*Autonomous learning:**Study:*

- *reading the recommended bibliography (C1, C2, C5)*
- *solving case studies and exercises (C2, C3, C4, C5, C6)*

*E-learning:*

- *materials (C1, C2, C5)*
- *internet research (C1, C2, C4, C5)*

*Resources:*

- *classroom (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*
- *office (C3, C6)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Donnelly, J. (2000). Administração: Princípios de Gestão Empresarial (10th ed.). Lisbon: McGraw Hill.*  
*Ferreira, M. P., Santos, J. C., Reis, N. and Marques, T. (2010). Gestão Empresarial. Lisbon: LIDEL.*  
*Lisboa, J., Coelho, A., Coelho, F. and Almeida, F. (2004). Introdução à Gestão das Organizações. Barcelos: Vida Económica Editorial Group.*  
*Sebastião, T. (2005). Gestão das Organizações (2nd ed.). Lisbon: McGraw Hill.*  
*Stoner, J. and Freeman, F. (1995). Administração (5th ed.). Brasil: Prentice Hall.*

## Mapa IX - Tecnologias e Sistemas de Informação

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Tecnologias e Sistemas de Informação*

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

*Sílvia Odete da Silva Ferrão (2 turmas PL de 4 horas/semana, total 60 horas; 4h OT)*

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

*Joana Madeira Martins Costa*

*Aulas práticas laboratoriais: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Joana Madeira Martins Costa*

*Laboratory classes: 1 class of 4 hours/week in daytime (total 60 hours)*

*Tutorial: 4 hours distributed throughout the semester (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão - dos Sistemas de Informação nas organizações, nomeadamente na selecção de ferramentas de produtividade na organização da empresa digital: implementação, gestão e integração de sistemas;*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão - dominar as TIC, com ênfase nas tecnologias como Internet, correio electrónico, sistemas operativos e redes sociais; Capacidade de criar e utilizar documentos de texto e de cálculo com elevado grau de automatização; Capacidade de conceber e implementar bases de dados tendo em conta os principais conceitos afectos aos SGBD; Capacidade de efetuar planeamento através de ferramentas de gestão de projetos*

*C3. Formulação de juízos – capacidade para avaliar e argumentar o recurso a novas soluções e aplicações*

*C4. Competências de comunicação – capacidade de produzir documentos e apresentações, de fazer apresentações em público, individualmente e em equipa*

*C5. Competências de aprendizagem – capacidade em estudar autonomamente*

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

*C1. Knowledge and understanding - develop their knowledge and application of information systems in organizations, including selection of productivity tools for the digital enterprise organization: implementation, management and systems integration.*

*C2. Application of knowledge and understanding - develop their knowledge and understanding of ICT's focusing on Internet technologies such as electronic mail, operating systems and social networks. Create and use text documents and calculations with a high automation degree. Design and implement databases taking into account the main concepts used for the Database Management Systems. Perform planning through projects management tools.*

*C3. Making judgments - ability to evaluate and argue the use of new solutions and applications*

*C4. Communication skills - ability to produce documents and presentations, making presentations in public, individually and in team*

*C5. Learning skills - ability to study autonomously*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*1. Introdução às TIC: Conceitos e terminologia; Ambiente gráfico Windows; Compactação/descompactação; integração de aplicações; Internet e correio electrónico*

*2. Processadores de texto: Formatação avançada de documentos; Impressão em série; índices e tabelas de conteúdos; Formulários, controlos e sua personalização*

*3. Folha de cálculo: Criação e personalização de folhas de cálculo; Referências absolutas, relativas e mistas; fórmulas e funções avançadas; Validação, ordenação e formatação automática e condicional de dados; Filtros automáticos e avançados de dados; Tabelas e gráficos simples e dinâmicos; Macros.*

*4. Sistemas Gestores de Bases Dadas: Construção de Base de Dados; Consultas, formulários, relatórios e macros; Painéis de navegação, personalização e configuração do arranque da base de dados;*

*5. Gestão de Projectos: Criação, implementação e controlo de projectos; Actividades e recursos; Execução de projectos, controlo e encerramento*

**6.2.1.5. Syllabus:**

- 1.1. *Concepts and terminology*
- 1.2. *Windows graphical environment*
- 1.3. *Compression / decompression*
- 1.4. *Applications integration*
- 1.5. *Internet and electronic mail*
2. *Word processors*
  - 2.1. *Advanced document formatting*
  - 2.2. *Mail merge*
  - 2.3. *Indexes and tables of contents*
  - 2.4. *Forms and controls customization*
3. *Spreadsheet*
  - 3.1. *Create and customize the spreadsheet*
  - 3.2. *Absolute, relative and mixed references*
  - 3.3. *Advanced formulas and functions*
  - 3.4. *Validation, sorting, automatic formatting and conditional data*
  - 3.5. *Automatic and advanced data filters*
  - 3.6. *Simple and dynamic tables and graphics*
  - 3.7. *Macros*
4. *Data Bases Management Systems*
  - 4.1. *Database building*
  - 4.2. *Queries, forms, reports and macros*
  - 4.3. *Dashboards navigation to personalize the database startup*
5. *Project Management*
  - 5.1. *Build, implement and schedules monitor through Project*
  - 5.2. *Activities and resources*
  - 5.3. *Projects execution, implementation and termination*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

1. *Introdução à TIC*
  - 1.1 (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 1.2 (C1, C2 e C5)
  - 1.3 (C1, C2 e C5)
  - 1.4 (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 1.5 (C1, C2 e C5)
2. *Processadores de texto*
  - 2.1 (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.2 (C1, C2 e C5)
  - 2.3 (C1, C2 e C5)
  - 2.4 (C1, C2 e C5)
3. *Folha de cálculo*
  - 3.1 (C1, C2 e C5)
  - 3.2 (C1, C2 e C5)
  - 3.3 (C1, C2 e C5)
  - 3.4 (C1, C2 e C5)
  - 3.5 (C1, C2 e C5)
  - 3.6 (C1, C2 e C5)
  - 3.7 (C1, C2 e C5)
4. *Sistemas Gestores de Bases Dados*
  - 4.1 (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 4.2 (C1, C2 e C5)
  - 4.3 (C1, C2 e C5)
5. *Gestão de Projectos*
  - 5.1 (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 5.2 (C1, C2 e C5)
  - 5.3 (C1, C2 e C5)

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

*The syllabus lectured contributes to the general UC skills as follows:*

1. *ICT Introduction*
  - 1.1. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 1.2. (C1, C2 e C5)
  - 1.3. (C1, C2 e C5)
  - 1.4. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 1.5. (C1, C2 e C5)
2. *Word processors*
  - 2.1. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.2. (C1, C2 e C5)
  - 2.3. (C1, C2 e C5)
  - 2.4. (C1, C2 e C5)

**3. Spreadsheet**

3.1. (C1, C2 e C5)

3.2. (C1, C2 e C5)

3.3. (C1, C2 e C5)

3.4. (C1, C2 e C5)

3.5. (C1, C2 e C5)

3.6. (C1, C2 e C5)

3.7. (C1, C2 e C5)

**4. Data Bases Management Systems**

4.1. (C1, C2, C3, C4 e C5)

4.2. (C1, C2 e C5)

4.3. (C1, C2 e C5)

**5. Project Management**

5.1. (C1, C2, C3, C4 e C5)

5.2. (C1, C2 e C5)

5.3. (C1, C2 e C5)

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:***Presencial***Ensino prático e laboratorial (Apresentação e debate de conceitos; Resolução de exercícios e descoberta de solução de problemas actuais e realistas).**Orientação tutorial (Esclarecimento de dúvidas).***Autónoma***Estudo (Leitura da bibliografia recomendada; Resolução de exercícios recomendados e complementares)**E-aprendizagem (Material relativo à UC)***Avaliação contínua***Presença obrigatória a 75% das aulas (não aplicável a alunos com estatuto trabalhador-estudante ou com duas ou mais matriculas).**Três testes práticos, T1, T2 e T3, com ponderação de 90%.**Participação nas aulas (individual e em grupo), PA, através da resolução de exercícios, casos práticos e sua submissão online, com ponderação de 10%.**Classificação final:  $CF = 0,9 \cdot (T1 + T2 + T3) / 3 + 0,1 \cdot PA$* *Avaliação por Exame de Época Normal**Avaliação prática, PL individual, com ponderação de 100%.**Classificação final:  $CF = PL$* **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***The learning method and assessment is carried out using the following components:***In the classroom***Practical teaching and laboratory (Concepts presentation and discussion; Problem solving, current and realistic discovery to problem solution).**Tutorial assistance (Clarification of doubts).***Self-learning***Study (Reading the recommended bibliography; Recommended and complementary problem solving)**E-learning (UC bibliography)***Continuous Assessment***Compulsory attendance to 75% of classes (not applicable to students with student employee status or with two or more registrations);**Three practical tests, T1, T2 and T3 weighting 90%.**Class participation (individual and group work), CP, through the resolution of exercises, case studies and their submission online weighting 10%.**Final grade:  $FG = 0,9 \cdot (T1 + T2 + T3) / 3 + 0,1 \cdot CP$* **Final Exam for Regular Season***Practical evaluation, PE, individual weighting 100%.**Final grade:  $FG = PE$* **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:***Presencial***• Ensino prático e laboratorial:**o Apresentação e debate de conceitos (C1, C2, C3 e C4)*

- o Resolução de exercícios e descoberta de solução de problemas atuais e realistas (C1, C2, C3, C4 e C5)
- Orientação tutorial (Esclarecimento de dúvidas) (C1, C2, C3, C4 e C5)

#### Autónoma

- Estudo
- o Leitura da bibliografia recomendada (C1, C2 e C5)
- o Resolução de exercícios recomendados e complementares (C1, C2, C3, C4 e C5)
- E-aprendizagem (C5)

#### Recursos

- Ensino prático e orientação tutorial - laboratório de informática (C1, C2, C3, C4 e C5)

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

*The learning method and assessment is carried out using the following components:*

##### *In the classroom*

- Practical teaching and laboratory
- o Concepts presentation and discussion (C1, C2, C3 e C4)
- o Problem solving, current and realistic discovery to problem solution) (C1, C2, C3, C4 e C5)
- Tutorial assistance (Clarification of doubts) (C1, C2, C3, C4 e C5)

##### *Self-learning*

- Study
- o Reading the recommended bibliography (C1, C2 e C5)
- o Recommended and complementary problem solving) (C1, C2, C3, C4 e C5)
- E-Learning (UC bibliography) (C5)

##### *Resources*

- Practical teaching and Tutorial assistance – Informatics Labs (C1, C2, C3, C4 e C5)

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Apontamentos disponibilizados pelos docentes.
- Sousa, S., & Sousa, M. (2007). *Microsoft Office 2007 - Para todos nós*. FCA.
- Carvalho, A. (2004). *Exercícios resolvidos em Excel para economia & gestão*. FCA.
- Silva, L. C. (2008). *Fundamental do Outlook 2007*. FCA.
- Alves, J. (2008). *Access 2007 Depressa & Bem*. FCA.
- Carvalho, M. A. P. S. (2009). *Exercícios de Gestão de Projectos Resolvidos com o MS Project*. FCA.
- Laudon, K. & Laudon, J. (2003). *Management information systems*. Prentice Hall.
- Boddy, D., Boonstra, A. & Kennedy, G. (2005). *Managing information systems: an organisational perspective*. Prentice Hall.

### Mapa IX - Contabilidade Financeira

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Contabilidade Financeira*

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

*Alexandra Cristina Pinheiro Carvalho (sem carga letiva atribuída na UC este ano letivo)*

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

*Caroline Gomes Rosa Cunha*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas /semana em regime diurno (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

*Rui Manuel Patrício Ferreira Pereira*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas /semana em regime diurno (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Caroline Gomes Rosa Cunha*

*Theoretical and practical lessons: 1 class of 4 hours / week in daytime (total 60 hours)*

*Tutorial: 4 hours spread over the semester (total 4 hours)*

*Rui Manuel Patrício Ferreira Pereira*

*Theoretical and practical lessons: 1 class of 4 hours / week in daytime (total 60 hours)*

*Tutorial: 4 hours spread over the semester (total 4 hours)*

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

- C1. Conhecimento e compreensão – Conhecer e compreender os conceitos estruturantes das leituras da empresa promovidas pela análise contabilística.*
- C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Aplicar os instrumentos metodológicos e conceptuais de modo a potenciar o sistema de produção de informações úteis para fundamentar decisões económicas racionais.*
- C3. Competências de análise e síntese – Utilizar os instrumentos (conceptuais) de análise, de reconhecimento e de mensuração da contabilidade para análise e interpretação de documentos de síntese do ponto de vista do utilizador interno da informação.*
- C4. Formulação de juízos – Capacidade de desenvolvimento de expressão crítica para esta temática.*
- C5. Competências de aprendizagem – Capacidade de estudar autonomamente.*

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

- C1. Knowledge and understanding – Know and understand the structural concepts of readings of the company promoted by the accounting analysis*
- C2. Application of knowledge and understanding - Apply the conceptual and methodological tools in order to potentiate the production system of useful information to support rational economic decisions*
- C3. Competences of analysis and synthesis - Utilize the tools (conceptual) analysis, recognition and measurement of accounting for analysis and interpretation of synthesis documents from the viewpoint of the internal user of information.*
- C4. Making judgments - Ability to develop critical expression to this theme.*
- C5. Learning competences - Ability to study autonomously*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

- 1. A Contabilidade**
- 1.1. Contabilidade**
- 1.2. Breve abordagem aos organismos internacionais de contabilidade e ao normativo português**
- 1.3. Estrutura conceptual**
- 1.4. Os princípios contabilísticos geralmente aceites**
- 1.5. As demonstrações financeiras principais**
- 1.6. Quadro de contas: sua estrutura**
- 1.7. Planeamento contabilístico**
- 2. Operações do ciclo de exploração**
- 2.1. O IVA – Imposto sobre o valor acrescentado**
- 2.2. Inventários**
- 2.3. O rédito nas vendas e operações conexas**
- 2.4. Outros gastos e rendimentos**
- 2.5. Meios financeiros líquidos**
  
- 3. Operações do ciclo de investimento**
- 3.1. Propriedades de investimento**
- 3.2. Ativos fixos tangíveis**

**6.2.1.5. Syllabus:**

- 1. The accounting**
- 1.1. Accounting**
- 1.2. Brief approach to accounting international organisms and Portuguese normative**
- 1.3. Conceptual framework**
- 1.4. The generally accepted accounting principles**
- 1.5. The principal financial statements**
- 1.6. Plan of accounts: its structure**
- 1.7. Accounting planning**
- 2. Operations of exploration cycle**
- 2.1. VAT – Value added tax**
- 2.2. Inventories**
- 2.3. Revenues in sales and related operations**
- 2.4. Others costs and incomes**
- 2.5. Net financial resources**
  
- 3. Operations of investment cycle**
- 3.1. Investment Properties**
- 3.2. Tangible fixed assets**

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

- 1. A Contabilidade**
- 1.1. Contabilidade (C1)**
- 1.2. Breve abordagem aos organismos internacionais de contabilidade e ao normativo português (C1)**
- 1.3. Estrutura conceptual (C1, C2, C3, C4 e C5)**
- 1.4. Os princípios contabilísticos geralmente aceites (C1, C2, C3, C4 e C5)**
- 1.5. As demonstrações financeiras principais (C1, C2, C3, C4 e C5)**

- 1.6. Quadro de contas: sua estrutura (C1, C2, C3, C4 e C5)
- 1.7. Planeamento contabilístico (C1, C2, C3, C4 e C5)
- 2. Operações do ciclo de exploração
  - 2.1. O IVA – Imposto sobre o valor acrescentado (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.2. Inventários (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.3. O réditto nas vendas e operações conexas (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.4. Outros gastos e rendimentos (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.5. Meios financeiros líquidos (C1, C2, C3, C4 e C5)
- 3. Operações do ciclo de investimento
  - 3.1. Propriedades de investimento (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 3.2. Ativos fixos tangíveis (C1, C2, C3, C4 e C5)

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

- 1. The accounting
  - 1.1. Accounting (C1)
  - 1.2. Brief approach to accounting international organisms and Portuguese normative (C1)
  - 1.3. Conceptual framework (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 1.4. The generally accepted accounting principles (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 1.5. The principal financial statements (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 1.6. Plan of accounts: its structure (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 1.7. Accounting planning (C1, C2, C3, C4 e C5)
- 2. Operations of exploration cycle
  - 2.1. VAT – Value added tax (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.2. Inventories (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.3. Revenues in sales and related operations (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.4. Others costs and incomes (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.5. Net financial resources (C1, C2, C3, C4 e C5)
- 3. Operations of investment cycle
  - 3.1. Investment Properties (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 3.2. Tangible fixed assets (C1, C2, C3, C4 e C5)

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

*A metodologia de ensino e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático: Apresentação e explicação dos conteúdos programáticos e resolução de casos práticos de aplicação.*

*Orientação tutorial: Orientação na resolução de casos práticos e sua correção; Orientação do estudo.*

*Autónoma*

*Estudo das matérias lecionadas em aula, leitura de bibliografia recomendada e realização de exercícios.*

*Avaliação periódica*

*2 provas escritas de avaliação individual (PA1 e PA2) a realizar em sala de aula (nota mínima de 7 /20 valores cada)*

*Classificação final :  $CF = 50\%PA1 + 50\%PA2$*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Contém uma prova escrita individual (PE)*

*Classificação final:  $CF = 100\% PE$*

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

*The teaching methodology and evaluation is developed through the following components:*

*In the classroom*

*Theoretical and practical lessons: Presentation and explanation of the syllabus and resolution of practical cases of application.*

*Tutorial: Orientation on the resolution of practical cases and its correction; Orientation of the study.*

*Autonomous*

*Study of material taught in class, reading the recommended literature and resolution of exercises.*

*Periodic assessment*

*2 written tests of individual evaluation (WT1 and WT2) to be held in the classroom (minimum score of 7/20 values each)*

*Final classification :  $FC = 50\%WT1 + 50\%WT2$*

*Exam (Normal, Recourse and Special)*

*Contains an individual written exam (WE)*

*Final classification:  $FC = 100\% WE$*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático: Apresentação e explicação dos conteúdos programáticos e resolução de casos práticos de aplicação – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Orientação tutorial: Orientação na resolução de casos práticos e sua correção; Orientação do estudo – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Autónoma*

*Estudo das matérias lecionadas em aula, leitura de bibliografia recomendada e realização de exercícios – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Recursos*

*Sala de aula com quadro branco, projetor, máquina de calcular e legislação aplicável – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

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

*The teaching methods and resources used in the curricular unit contribute to the general competences established for the curricular unit as follows:*

*In the classroom*

*Theoretical and practical lessons: Presentation and explanation of the syllabus and resolution of practical cases of application – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Tutorial: Orientation on the resolution of practical cases and its correction; Orientation of the study - (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Autonomous*

*Study of material taught in class, reading the recommended literature and resolution of exercises - (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Resources*

*Classroom with a whiteboard, projector, calculator and legislation - (C1, C2, C3, C4 and C5)*

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

*Canadas, N. (1995, 2007). De No Scripturis. ESTGL.*

*Gomes, J. & Pires, J. (2011). Sistema de Normalização Contabilística – Teoria e Prática (4ª edição). Vida Económica*

*Rodrigues, A.M., Carvalho, C., Cravo, D. & Azevedo, G. (2010). SNC - Contabilidade Financeira: sua aplicação. Edições Almedina.*

*IAS – Normas Internacionais de Contabilidade e IFRS – Normas Internacionais de Relato Financeiro do IASB: [www.iasb.org](http://www.iasb.org)*

*Sistema de Normalização Contabilística (SNC): [www.cnc.min-financas.pt](http://www.cnc.min-financas.pt)*

### **Mapa IX - Inglês**

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

*Inglês*

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

*Paula Rosa dos Santos Órfão (1 turma TP 2h/semana, total 30h; 4h OT)*

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

*n.a.*

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

*n.a.*

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

*C1. Conhecimento e compreensão – Adquirir competências e conhecimentos linguísticos que permitam compreender conversas e extratos de negociação verbalizados em Língua Inglesa;*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Desenvolver competências de comunicação escrita e oral para expressar uma vasta gama de assuntos em contextos formais e informais;*

*C3. Formulação de juízos – Consciencializar para a importância e poder da linguagem nas relações sociais e profissionais;*

*C4. Competências de comunicação – Desenvolver competências de uso da língua (compreender, falar e escrever) para interagir em encontros (in)formais, reuniões e situações de trabalho com falantes provenientes de diferentes contextos socio-culturais e diversidade linguística;*

*C5 Competências de aprendizagem – Atingir um nível de domínio de língua inglesa que permita aprofundar os conhecimentos científicos e um perfil profissional que facilite o ingresso no mercado de trabalho com contornos internacionais.*

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

*C1. Knowledge and understanding – To acquire linguistic skills and knowledge in order to understand*

*conversations and negotiations in English;*

*C2. Applying knowledge and understanding– To understand the essential meaning of both concrete and abstract topics in texts;*

*C3. Making judgements – To become aware of the importance and power of language in human relationships, both social and professional;*

*C4. Communication skills– To acquire language skills (reading, listening, writing and speaking) to interact in formal or informal meetings and working situations in English with speakers from different social, cultural and linguistic contexts;*

*C5 Learning skills – To improve the level of competence in English in order to prepare the students for both the present reality and the demands of the labour market, on a national as well as international level.*

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

*1: Inglês como língua franca: Atitudes em relação ao Inglês; noção sumária das características que propiciaram o uso da língua inglesa como “língua franca” e “língua global”.*

*2: Conversa informal: Envolvimento em conversas acerca de pessoas, locais e outros tópicos; descrição do perfil pessoal e profissional; identificação de diferenças culturais.*

*3: Contactos: Conversação e manutenção de tópicos adequados ao contexto profissional, através de diferentes canais, como o telefone, e-mail e cartas. Descrição e caracterização de pessoas e troca de informação.*

*4: Reuniões: Expressões para organização e agendamento de reuniões, tomadas de decisão, resolução de problemas, apresentação de sugestões e condução de reuniões. Registo oficial de informação. Verificação e clarificação de factos e dados*

*5: Negociação das relações: Expressão de formalidade e de informalidade. Discussão de atitudes relativas a reuniões e estilos de reuniões em diferentes países.*

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

*1: English as a lingua franca. Attitudes towards English. Expressions to convey linguistic and learning necessities. Brief notions of the characteristics that have led English to become a global language.*

*2: Informal Conversation: Taking part in conversations about people, places and other topics; description of personal and professional profiles; identification of cultural differences.*

*3: Contacts: Starting and keeping conversations about topics related to the professional context by telephone, email, letter... Describing people and exchanging information.*

*4: Meetings: Expressions to set up and organize meetings, make decisions, solve problems, present suggestions and lead meetings. Official register of information. Checking and clarifying facts and figures.*

*5: Negotiating relationships: Expression of formality and informality. Expression of likes and dislikes about travelling on business. Discussing attitudes about meetings and cultural behaviours in different countries.*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*1. Inglês como língua franca (C1; C2; C3; C4; C5)*

*2. Conversa informal (C1; C3; C4; C5)*

*3. Contactos (C1; C2; C3; C4; C5)*

*4. Reuniões (C1; C2; C3; C4; C5)*

*5. Negociação das relações (C1; C2; C3; C4; C5)*

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

*1. English as a lingua franca (C 1, C2, C3, C4, C5)*

*2. Informal Conversation (C1, C3, C4, C5)*

*3. Contacts (C1, C2, C3, C4, C5)*

*4. Meetings (C1, C2, C3, C4, C5)*

*5. Negotiating relationships (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

*Presencial*

*- Ensino/aprendizagem em regime de aulas teórico-práticas: Exploração de enunciados orais e de textos escritos em Inglês; Exercício de estimulação de interação verbal; Simulação de diálogos em contextos sócio-profissionais; Produção de enunciados escritos de natureza sócio-profissional;*  
*- Resolução de exercícios léxico-gramaticais.*

*Autónoma*

*- Atividades de consolidação dos conteúdos léxico-gramaticais;*

*- E-aprendizagem através de consulta de material relativo às temáticas estudadas em aula presencial.*

*- Estudo por via da leitura de textos e prática de listening.*

*Avaliação contínua*

*Uma frequência escrita, incluindo:*

*Produção Escrita, Compreensão Oral e Compreensão Escrita.*

*Uma prova oral: Produção Oral.*

*Classificação Final: 0.25 + 0.25 + 0.25 + 0.25*

*Exames*

*Um exame escrito, incluindo:*

*Produção Escrita, Compreensão Oral e Compreensão Escrita.*

*Um exame oral: Produção.*

*CF= 0.25 + 0.25 + 0.25 + 0.25*

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

*Contact*

- *Use of oral documents in English;*
- *Use of written texts;*
- *Exercises to stimulate verbal interaction;*
- *Simulation of conversations in a socio-professional context;*
- *Production of written texts on socio-professional topics;*
- *Resolution of lexico-grammatical exercises.*

*Autonomous*

- *Activities of consolidation of lexical and grammatical contents;*
- *E-learning by means of online material related to topics studied in class;*
- *Written and oral comprehension exercises.*

*Continuous Assessment*

*A writing test (including writing, listening and reading skills);*

*An oral test (to assess speaking skills).*

*Final Mark= 0.25 + 0.25 + 0.25 + 0.25*

*Exam*

*A written exam, (including writing, listening and reading skills);*

*An oral test (to assess speaking skills).*

*Final Mark= 0.25 + 0.25 + 0.25 + 0.25*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

- *Exploração de enunciados orais em Língua Inglesa (C1; C2; C3; C4; C5);*
- *Exploração de textos escritos (C1; C2; C3; C4; C5);*
- *Exercício de estimulação de interação verbal (C1; C2; C3; C4; C5);*

- *Simulação de diálogos em contextos sócio-profissionais. (C1; C2; C3; C4; C5);*
- *Produção de enunciados escritos de natureza sócio-profissional (C1; C2; C3;C4;C5);*
- *Resolução de exercícios léxico-gramaticais (C1; C2; C3; C4; C5);*

**Autónoma**

- *Atividades de consolidação dos conteúdos léxico-gramaticais (C1; C2; C3; C4; C5);*

- *Apoio científico fora do período letivo (C1; C2; C3; C4; C5).*

**Recursos**

- *Sala de aula com quadro branco e projector;*
- *Leitor de CD*
- *Computador*

- *Plataforma online*

- *Biblioteca*

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

*The teaching/learning method used in the Curricular Unit of English includes activities of comprehension and production of both oral and written texts in order to achieve the aims mentioned.*

**Contact**

- *Use of oral documents in English (C1, C2, C3, C4, C5);*
- *Use of written texts (C1, C2, C3, C4, C5);*
- *Exercises to stimulate verbal interaction (C1, C2, C3, C4, C5);*
- *Simulation of conversations in a socio-professional context (C1, C2, C3, C4, C5);*
- *Production of written texts on socio-professional topics (C1, C2, C3,C4, C5);*
- *Resolution of lexico-grammatical exercises (C1, C2, C3, C4, C5);*

**Autonomous:**

- *Activities of consolidation of lexical and grammatical contents (C1, C2, C3, C4, C5);*
- *Scientific tutorial outside teaching time (C1, C2, C3, C4, C5).*

**Resources**

*Classroom with white board and projector*

*CD player*

*Computer*

*Online Platform*

*Library*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*POWELL, M.(2009). In Company – Intermediate. Macmillan Publishers Ltd. Oxford.*

**Mapa IX - Comportamento do Consumidor**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Comportamento do Consumidor*

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

*Jacinta Raquel Miguel Moreira (1 turma de 4 h/semana, total 60 horas; 4h OT)*

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

*Fernando Luís Rodrigues*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Fernando Luis Rodrigues*

*Lesson: a class of 4 hours / week during daytime (total 60 hours)*

*Tutorial: 4 hours distributed throughout the semester (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão – conhecimentos da disciplina de Comportamento do Consumidor e compreensão dos seus principais conceitos*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – capacidade em relacionar conceitos; capacidade em aplicar os conceitos teóricos a casos reais; construir material didático de comportamento do consumidor e usar esse material para na prática;*

*C3. Formulação de juízos – Capacidade em usar um espírito crítico na análise de casos;*

*C4. Competências de comunicação – Capacidade em produzir trabalhos práticos com aplicação dos conceitos apresentados nas aulas;*

*C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente.*

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

*C1. Knowledge and understanding - knowledge of the discipline of consumer behavior and understanding of its key concepts*

*C2. Application of knowledge and understanding - the ability to relate concepts, ability to apply theoretical concepts to real cases; build courseware consumer behavior and use this material in practice;*

*C3. Making judgments - Ability to use a critical analysis of the cases;*

*C4. Communication skills - Ability to produce work with practical application of concepts presented in class;*

*C5. Learning skills - Ability to study independently.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1. Introdução ao estudo do comportamento do consumidor*

*1.1. Definição de comportamento do consumidor*

*1.2. Elementos teóricos subjacentes ao comportamento do consumidor*

*1.3. A importância do estudo do comportamento do consumidor*

*1.4. Perspetiva histórica*

*1.5. Disciplinas envolvidas e contributos mais significativos*

*2. O Mercado: terreno do comportamento do consumidor*

*2.1. Segmentação de mercado*

*2.2. Posicionamento*

*3. Determinantes individuais do comportamento do consumidor*

*3.1. Motivação*

*3.2. Personalidade*

*3.3. Atenção, memória e aprendizagem*

*3.4. Perceção do consumidor*

*3.5. Atitudes*

*4. Determinantes externas ao comportamento do consumidor*

*4.1. A influência dos grupos no comportamento do consumidor*

*4.2. A classe social e o comportamento do consumidor*

*4.3. A influência da cultura no comportamento do consumidor*

*5. Dinâmica da compra*

*5.1. O processo de tomada de decisão*

*5.2. O processo de compra*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1. Introduction to the study of consumer behavior*

*1.1. Definition of consumer behavior*

*1.2. Theoretical elements underlying the consumer behavior*

*1.3. The importance of studying consumer behavior*

*1.4. historical perspective*

*1.5. Disciplines involved and most significant contributions*

*2. The Market: Land of consumer behavior*

*2.1. Market Segmentation*

*2.2. Positioning*

*3. Individual determinants of consumer behavior*

*3.1. Motivation*

*3.2. Personality*

*3.3. Attention, memory and learning*

3.4. *Perception of the consumer*

3.5. *Attitudes*

4. *Determinants external to consumer behavior*

4.1. *The influence of groups on consumer behavior*

4.2. *Social class and consumer behavior*

4.3. *The influence of culture on consumer behavior*

5. *Dynamics of purchase*

5.1. *The decision making process*

5.2. *The buying process*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

1. *Introdução ao estudo do comportamento do consumidor*

1.1. (C1, C2, C5)

1.2. (C1, C2, C5)

1.3. (C1, C2, C5)

1.4. (C1, C2, C5)

1.5. (C1, C2, C5)

2. *O Mercado: terreno do comportamento do consumidor*

2.1. (C1, C2, C3, C5)

2.2. (C1, C2, C3, C5)

3. *Determinantes individuais do comportamento do consumidor*

3.1. (C1, C2, C4, C5)

3.2. (C1, C2, C4, C5)

3.3. (C1, C2, C4, C5)

3.4. (C1, C2, C4, C5)

3.5. (C1, C2, C4, C5)

4. *Determinantes externas ao comportamento do consumidor*

4.1. (C1, C2, C4, C5)

4.2. (C1, C2, C4, C5)

4.3. (C1, C2, C4, C5)

5. *Dinâmica da compra*

5.1. (C1, C2, C3, C4, C5)

5.2. (C1, C2, C3, C4, C5)

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

1. *Introduction to the study of consumer behavior*

1.1. (C1, C2, C5)

1.2. (C1, C2, C5)

1.3. (C1, C2, C5)

1.4. (C1, C2, C5)

1.5. (C1, C2, C5)

2. *The Market: Land of consumer behavior*

2.1. (C1, C2, C3, C5)

2.2. (C1, C2, C3, C5)

3. *Individual determinants of consumer behavior*

3.1. (C1, C2, C4, C5)

3.2. (C1, C2, C4, C5)

3.3. (C1, C2, C4, C5)

3.4. (C1, C2, C4, C5)

3.5. (C1, C2, C4, C5)

4. *Determinants external to consumer behavior*

4.1. (C1, C2, C4, C5)

4.2. (C1, C2, C4, C5)

4.3. (C1, C2, C4, C5)

5. *Dynamics of purchase*

5.1. (C1, C2, C3, C4, C5)

5.2. (C1, C2, C3, C4, C5)

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Aulas teórico-práticas que compreendem:*

- *Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos na abordagem dos conteúdos programáticos;*
- *Resolução de case-studies e exercícios como suporte de aprendizagem dos conceitos teóricos apresentados;*

- *Aprendizagem participativa onde os alunos desenvolvem aplicações, projetos e investigações.*
- Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*
- Autónoma*
- Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de case studies)*
- E-aprendizagem (Material relativo à UC)*
- Avaliação contínua*
- Participação no Moodle e em aula (10%);*
- Trabalho individual (30%);*
- Trabalho de grupo (60%).*
- Exame (Normal, Recurso e Especial)*
- Exame escrito com nota mínima de 10 valores (100%).*

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

*Presence*

*Lessons to include:*

- *Methods exhibition followed by examples of application of the approach of the syllabus;*
- *Resolution of case studies and exercises to support learning of theoretical concepts presented;*
- *Participative learning where students develop applications, and research projects.*

*Tutorial (Session answering questions)*

*Autonomous*

*Study (Reading excerpts of recommended bibliography; resolution of case studies)*

*E-learning (Material on the UC)*

*Continuous evaluation*

*Participation in Moodle and in class (10%);*

*Individual work (30%);*

*Working Group (60%).*

*Exam (Normal, Supplementary and Special)*

*Written exam with a minimum of 10 values (100%).*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

*Aulas teórico-práticas que compreendem:*

- *Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos na abordagem dos conteúdos programáticos; (C1, C2, C3)*
- *Resolução de case-studies e exercícios como suporte de aprendizagem dos conceitos teóricos apresentados; (C1, C2, C3, C4)*
- *Aprendizagem participativa onde os alunos desenvolvem aplicações, projetos e investigações. (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de case studies) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Recursos*

- *Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2, C3)*

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

*Presence*

*Lessons to include:*

- *Methods exhibition followed by examples of application of the approach of the syllabus; (C1, C2, C3)*
- *Resolution of case studies and exercises to support learning of theoretical concepts presented; (C1, C2, C3, C4)*
- *Participative learning where students develop applications, and research projects. (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Tutorial (Session answering questions) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Autonomous*

*Study (Reading excerpts of recommended bibliography; resolution of case studies) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*E-learning (Material on the UC) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Resources: classroom with white board and projector - (C1, C2, C3)*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Hoyer W. e D. Macinnis (2012). Comportamento do Consumidor, São Paulo, Cengage Learning.*
- *Mowen, J. e M. Minor (2008). Comportamento do Consumidor, 6ª ed., São Paulo, Prentice Hall.*
- *Shiffman, I. e I. Kanuk (2010). Consumer Behavior, 10ª ed., Prentice Hall.*

**Mapa IX - Contabilidade de Gestão****6.2.1.1. Unidade curricular:***Contabilidade de Gestão***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Paulo Fernando Costa Braz (sem carga letiva atribuída na UC este ano letivo)***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Maria Clara Barros Guilherme Monteiro**Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana (total 60 horas).**Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)**Jacinta Maria Quitério Jacinto**Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana (total 60 horas).**Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Maria Clara Barros Guilherme Monteiro**Theoretical and practice lessons: a group of 4 hours / week (total: 60 hours).**Tutorial: 4 hours spread over the semester (total: 4 hours)**Jacinta Maria Quitério Jacinto**Theoretical and practice lessons: a group of 4 hours / week (total: 60 hours).**Tutorial: 4 hours spread over the semester (total: 4 hours)***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Conhecimento e compreensão – conhecimentos de Contabilidade de gestão e compreensão da sua utilidade para a gestão das organizações**C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Capacidade de integração de conhecimentos adquiridos na contabilidade financeira e utilizá-los na contabilidade de gestão. Capacidade em resolver problemas envolvendo apuramento de custos de produção; Capacidade de criação e realização de mapas de apoio à tomada de decisões internas. Capacidade para tomar decisões operacionais. Capacidade de produção e utilização de informação no apoio à gestão.**C3. Formulação de juízos – Capacidade em usar um espírito crítico na análise dos resultados obtidos e tomar decisões.**C4. Competências de comunicação – Capacidade em produzir relatórios de gestão; Capacidade em trabalhar em equipa.**C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente.***6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***C1. Knowledge and understanding - knowledge of management accounting and understanding of its usefulness for organizations management**C2. Application of knowledge and understanding - Ability to integrate knowledge acquired in the financial accounts and use it in management accounting. Ability to solve problems involving calculation of production costs, capacity to build and implement maps to support internal decision-making. Ability to make operational decisions. Production capacity and utilization of information management support.**C3. Making judgments - Ability to use a critical analysis of the results and make decisions.**C4. Communication skills - Ability to produce management reports; Ability to work as a team.**C5. Learning skills - Ability to study independently***6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***1 – Introdução à Contabilidade de Gestão**2 – Conceitos Fundamentais e classificação dos custos: os regimes de fabrico; classificação e cálculo de custos**3 – Método de Imputação dos Gastos Gerais: natureza dos Gastos Gerais de fabrico; imputação pelo método das quotas; método dos centros de análise; centros de custos e centros de resultados; secções homogéneas; unidades de Custeio e de imputação; custos não industriais**4 – Sistemas de acumulação de custos: custeio por processo e custeio por ordem de produção; valorização da produção em curso; método das unidades equivalentes**5 – Sistema de Custeio: noção e medidas de capacidade de produção; sistemas de custeio real, custeio total, variável e racional.*

6 - *Análise Custo/Volume/resultado: pressupostos, Ponto crítico das vendas, Margem de segurança*

**6.2.1.5. Syllabus:**

1 - *Introduction to Management Accounting*

2 - *Fundamental Concepts and costs classification: The manufacturing systems ; Classification and costing.*

3 - *Method of Allocation of Overheads: Nature of manufacturing overheads; Allocation by quota method; Method of analysis centers, cost centers and centers of results; Uniform sections; units Costing and charging; non-industrial costs.*

4 - *Accumulation systems cost: Costing and costing process in order of production; Enhancement of current production, method of equivalent units.*

5 - *System Costing: capacity costs; actual costing systems, total cost, variable and rational.*

6 - *Cost –Volume – Profit Analysis: Assumptions and terminology, The Breakeven Point, safety margin*

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

1 - *Introdução à Contabilidade de Gestão (C1, C2)*

2 - *Conceitos Fundamentais e classificação dos custos (C1, C2,C3, C5)*

3 - *Método de Imputação dos Gastos Gerais (C1,C2, C5)*

4 - *Sistemas de acumulação de custos (C1,C2,C3,C4,C5)*

5 - *Sistema de Custeio (C1,C2,C3,C4,C5)*

6 - *Análise Custo/Volume/resultado (C1,C2,C3,C4,C5)*

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

1 - *Introduction to Management Accounting (C1, C2)*

2 - *Fundamental Concepts and costs classification (C1, C2,C3, C5)*

3 - *Method of Allocation of Overheads (C1,C2, C5)*

4 - *Accumulation systems cost (C1,C2,C3,C4,C5)*

5 - *System Costing (C1,C2,C3,C4,C5)*

6 - *Cost –Volume – Profit Analysis (C1,C2,C3,C4,C5)*

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico (Apresentação dos conceitos e objetivos da Contabilidade de Gestão; Exemplificação recorrendo a casos reais nas empresas).*

*Ensino teórico-prático (resolução de problemas, análise de resultados e tomada de decisões)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Leitura de artigos publicados nas revistas da especialidade, Resolução de exercícios)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Avaliação contínua*

*3 testes T1, T2, T3 (20 val. cada)*

*1 Frequência F1 (mín. 8,0/20 val.)*

*Classificação final: CF= 0,10(T1)+0,10 (T2) + 0,10 (T3) +0,7(F1)*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Classificação final: CF=100% (20 val)*

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

*The method of learning and assessment is carried out using the following components:*

*Face to Face*

*Theoretical lessons (Presentation of concepts and objectives of management accounting; Exemplification using real cases from companies).*

*Theoretical and practical lessons (problem solving, results analysis and decision making)*

*Tutorial (Session of answering questions)*

*Autonomous*

*Study (Reading excerpts of recommended reading; reading articles published in specialized magazines; Exercises)*

*E-learning (Material related to the CU)*

*Continuous assessment*

*Three tests T1, T2, T3 (20 points each)*

*A frequency F1 (8.0 min / 20 points)*

*Final standings: FS = 0.10 (T1) +0.10 (T2) + 0.10 (T3) +0.7 (F1)*

*Examination (Normal, Supplementary and Special)*

*Final standings: FS = 100% (20 points)*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

- *Ensino teórico*

- o *Apresentação dos conceitos e objetivos da Contabilidade de gestão – (C1)*

- o *Exemplificação de casos reais nas empresas – (C1 e C2)*

- *Ensino teórico-prático*

- o *Resolução de problemas – (C2, C4, C5)*

- o *Análise de resultados e tomada de decisões – (C3)*

- *Orientação tutorial – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Autónoma*

- *Estudo*

- o *Leitura de excertos de bibliografia recomendada e artigos publicados – (C1, C2, C5)*

- o *Resolução de exercícios recomendados – (C2, C3, C4 e C5)*

- *E-aprendizagem – (C5)*

*Recursos*

- *Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2)*

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

*The teaching methods and resources used on CU as follows:*

*Face to Face*

- o *Theoretical lessons*

- o *Presentation of concepts and objectives of management accounting – (C1)*

- o *Exemplification using real cases from companies – (C1 e C2)*

- *Theoretical and practical lessons*

- o *problem solving – (C2, C4, C5)*

- o *results analysis and decision making – (C3)*

- *Tutorial*

- o *Session of answering questions – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

- *Autonomous*

*Study*

- o *Reading excerpts of recommended reading; reading articles published in specialized magazines– (C1, C2, C5)*

- o *problem solving – (C2, C3, C4 e C5)*

- *E-learning*

- o *Material related to the CU – (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

- *Pereira, C. & Franco, V. (1994). Contabilidade Analítica. (6ª ed.). Lisboa: Editora Rei dos Livros*

- *Caiado, A. (2011) Contabilidade Analítica e de Gestão (6ª ed.) Lisboa: Editora Áreas Editora (6ª Edição Melhorada e de Acordo com o SNC)*

- *Material didático fornecido pelos docentes*

- *Artigos publicados em revistas da especialidade*

### **Mapa IX - Finanças Empresariais**

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

*Finanças Empresariais*

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

*Lígia Catarina Marques Febra (sem carga letiva atribuída este ano letivo na UC)*

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

*Fernando de Jesus Amado dos Santos*

*Aulas TP: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 h);  
OT: 4 horas distribuídas ao longo do semestre*

*Marta Sofia Gomes da Costa*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 h);  
OT: 4 horas distribuídas ao longo do semestre*

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

*Fernando de Jesus Amado dos Santos*

*Theoretical and practical: 1 class of 4 hours / week in daytime (60 hours total);  
OT: 4 horas distribuídas ao longo do semestre*

*Marta Sofia Gomes da Costa*

*Theoretical and practical: 1 class of 4 hours / week in daytime (60 hours total);  
OT: 4 horas distribuídas ao longo do semestre*

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

*C1 (Conhecimento): Conhecer os princípios base da análise financeira e técnicas de apreciação alternativas de financiamento e investimento.*

*C2 (Compreensão): Compreender os conceitos base de análise financeira. Compreender os conceitos de matemática financeira e de avaliação de ativos.*

*C3 (Aplicação): Preparar a informação para efetuar análise financeira. Calcular montante de juro, valor acumulado e valor atual. Determinar taxas equivalentes, taxas de custo/rendibilidade efetivas. Determinar o valor de um ativo.*

*C4 (Análise): Analisar a situação da empresa em termos financeiros. Analisar qual a melhor forma de financiamento/aplicação entre as diversas hipóteses alternativas.*

*C5 (Síntese): Elaborar uma decisão com base nos dados fornecidos.*

*C6 (Formulação de juízos): Justificar o porquê de determinada tomada de decisão*

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

*C1 (Knowledge): To know the basic principles of financial analysis and to know the tools to analyze issues of financing and capital investments;*

*C2 (Comprehension): To understand the basic concepts of financial analysis; to understand the concepts of financial mathematics and assets valuation.*

*C3 (Application): To prepare the information to perform financial analysis. To do intertemporal choices, calculate the amount of interest, accumulated value and current value. Determine equivalent rates, effective rates of cost/rentability. To determine the asset value.*

*C4 (Analysis): Analyze the financial performance of company. Analyze the best way of funding / investment between the various alternative hypotheses;*

*C5 (Summary): Develop a decision based on the data provided.*

*C6 (Judgment formulation): Justify why a particular decision.*

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

*1. Introdução: O interesse das finanças empresariais; o objetivo da empresa; as ferramentas das finanças empresariais.*

*2. Análise financeira:*

*a) Introdução*

*b) Análise financeira*

*c) O equilíbrio financeiro*

*d) A demonstração de fluxos de caixa*

*3. Noções de matemática financeira*

*a) Capital e juro*

*b) Atualização e capitalização*

*c) Taxas de juro efetivas e nominais*

*d) Rendimentos*

*4. Noções sobre o custo do capital*

*a) Tipologias do custo do capital*

*b) O custo do capital próprio e o CAPM*

*c) O custo do capital próprio e M&M*

*d) Outras abordagens*

*5. Avaliação de ativos*

*a) Tipologia das abordagens de avaliação*

*b) Avaliação relativa ou por comparação com o mercado*

*c) Avaliação pelo rendimento*

*d) Avaliação de ativos de marketing*

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

*1. Introduction: The interest of corporate finance, the objective of the company, the tools of corporate finance.*

*2. Financial analysis:*

- a) *Introduction*
- b) *Financial analysis*
- c) *The financial balance*
- d) *The statement of cash flows*
- 3. *Understanding of financial mathematics*
- a) *Capital and Interest*
- b) *Present value and capitalization*
- c) *Effective interest rates and nominal*
- d) *Annuities*
- 4. *Understanding the cost of capital*
- a) *Types of cost of capital*
- b) *The cost of equity and CAPM*
- c) *The cost of equity and M & M*
- d) *Other approaches*
- 5. *Evaluation of assets*
- a) *Types of valuation approaches*
- b) *The evaluation by market comparison*
- c) *Evaluation by the yield*
- d) *Evaluation of marketing assets*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

1. *Introdução: O interesse das finanças empresariais; o objetivo da empresa; as ferramentas das finanças empresariais. (C1)*
2. *Análise financeira:*
  - a) (C1)
  - b) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - c) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - d) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
3. *Noções de matemática financeira*
  - a) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - b) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - c) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - d) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
4. *Noções sobre o custo do capital*
  - a) (C1, C2)
  - b) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - c) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - d) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
5. *Avaliação de ativos*
  - a) (C1, C2)
  - b) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - c) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)
  - d) (C1, C2, C3, C4,C5 e C6)

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

*The contents contribute to achieve the objectives designed for the curricular unit in the following manner:*

1. *Introduction: The interest of corporate finance, the objective of the company, the tools of corporate finance. (C1)*
2. *Financial analysis:*
  - a) (C1)
  - b) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - c) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - d) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
3. *Understanding of financial mathematics*
  - a) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - b) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - c) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - d) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
4. *Understanding the cost of capital*
  - a) (C1 and C2)
  - b) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - c) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - d) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
5. *Evaluation of assets*
  - a) (C1 and C2)
  - b) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - c) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)
  - d) (C1, C2, C3, C4,C5 and C6)

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Aulas TP:*

*1) Exposição da matéria, dos conceitos, da sua ilustração*

*2) Resolução de problemas:*

*(i) problemas resolvidos e explicados pelo docente;*

*(ii) problemas resolvidos pelos alunos;*

*OT:*

*Orientação de trabalhos*

*Esclarecimentos gerais e pontuais*

*Autónoma*

*Os alunos deverão autonomamente desenvolver um conjunto de trabalhos em aula. Para além disso, fora de aula deverão estudar a matéria lecionada com base na bibliografia de base e materiais das aulas.*

*Avaliação*

*1. Avaliação Contínua*

*2 Fichas de Trabalho: FT*

*Participação em aula: PA*

*1 Prova escrita individual com nota mínima de 7,5 valores: PE*

*Nota = 10%FT1 + 10% FT2 + 10%PA + 70%PE*

*2. Avaliação Final – Época Normal, Recurso e Especial*

*• Nota = 80%Exame (nota mínima de 7,5 valores) + 10%FT1+ 10% FT2*

*ou*

*• Nota = 100%Exame*

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

*Teaching methodologies include the following components:*

*Presential:*

*Theoretical-Practice (TP)*

*1) Exposure of themes, the concepts, his illustration*

*2) Exercises resolution*

*i) exercises solved and explained by the teacher;*

*ii) exercises solved by the students;*

*Tutorial (OT):*

*1) work advice;*

*2) general and specific clarifications*

*Autonomous:*

*Students should develop, autonomously, a set of work in class. In addition, outside class should study the subject taught based on the literature and the material of classes.*

*Evaluation:*

*Evaluation*

*1. Continuous evaluation:*

*2 Mini-Tests: MT*

*Participation in class: PA*

*An individual written test with minimum score of 7.5 values: PE*

*Classification: = 10% MT1 +10% MT2 + 70% PE +10% PA*

*2. Final Evaluation - Exam*

*• Classification = 80% Exam (minimum score of 7.5 values) + 10% MT1+ 10% MT1 or*

*• Classification of exam = 100%*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

*• Ensino teórico- prático*

*o Apresentação dos conceitos e princípios da Análise Financeira, Matemática Financeira e avaliação ativos– (C1)*

*o Exemplificação e aplicação dos conceitos – (C1, C2 e C3)*

*o Resolução de problemas – (C2, C3, C4, C5 e C6)*

*• Orientação tutorial – (C2, C3, C4 e C5)*

*Autónoma*

*• Estudo*

*o Leitura da bibliografia recomendada – (C1, C2)*

o Resolução de exercícios – (C2, C3, C4, C5 e C6)

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

*The teaching methodologies contribute to achieve the learning outcomes the following manner:*

*Presential:*

- *Theoretical-practical classes:*

- o *Exposition of the concepts and principles of Financial Analysis, Financial Mathematics and assets value – (C1)*

- o *Exemplification and application of concepts (C1, C2, and C3)*

- o *Exercises resolution (C2, C3, C4, C5 and C6)*

- *Tutorial (C2, C3, C4 and C5)*

*Autonomous:*

- *Reading of the recommend bibliography (C1, C2)*

- *Exercises resolution (C2, C3, C4, C5, and C6)*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Brealey, R., Allen, F. e Myers, S. (2007). Princípios de Finanças Empresariais (8ª edição). McGraw-Hill de Portugal.*

*Canadas, Natália (1998). A Matemática do Financiamento e das Aplicações de Capital. Plátano Editora*

*Neves, J. (2004). Análise Financeira (Vol. I). Texto Editora.*

*Neves, J. (2002). Avaliação de empresas e negócios. McGraw-Hill.*

*Damodaran, A. (2001). Corporate Finance, Theory and Practice (2ª Edition). Wiley Finance.*

*Damodaran, A. (2001). Investment Valuation (2ª Edition). Wiley Finance.*

### Mapa IX - Fundamentos de Economia

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Fundamentos de Economia*

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

*Ana Lúcia Marto Sargento (1 turma 4h TP /semana; total 60 TP; 4 OT)*

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

*Márcio Continentino Lopes*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Márcio Continentino Lopes*

*Theoretical/ Practical Lessons: 1 class with 4 hours/week (total 60 hours)*

*Tutorial orientation: 4 hours along the semester (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento – definir e reconhecer os conceitos e instrumentos básicos da ciência económica.*

*C2. Compreensão – explicar os conceitos e instrumentos básicos da ciência económica.*

*C3. Aplicação – aplicar os conceitos e instrumentos básicos da ciência económica na resolução de exercícios práticos.*

*C4. Análise – analisar informação da atualidade económica, transpondo os conceitos e instrumentos adquiridos para a situação real em análise.*

*C5. Formulação de juízos – comentar criticamente informação da atualidade económica.*

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

*C1. Knowledge – definition and identification of the basic concepts and instruments of economic science.*

*C2. Understanding – explaining the concepts and instruments of economic science.*

*C3. Application – use the basic concepts and instruments of economic science to solve practical exercises.*

*C4. Analysis – to analyze current economic information and correctly apply the concepts and instruments explained to the real situation under analysis.*

*C5. Judgments' formulation – critically comment current economic information.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***Introdução*

- 1.1. *Ciência económica: objeto e método.*
- 1.2. *Compartimentos da Economia*
- 1.3. *Sistemas Económicos*
- 1.4. *A escassez e escolha*
- 1.5. *Custo de oportunidade*
- 1.6. *Frenteira de Possibilidades de Produção*
2. *O Mercado: A Procura e a Oferta*
3. *Aplicações da Procura e da Oferta*
4. *Teoria do consumidor*
  - 4.1. *Curvas de indiferença e taxa marginal de substituição*
  - 4.2. *Função de utilidade*
  - 4.3. *Maximização da utilidade com restrição orçamental*
5. *Teoria do Produtor*
  - 5.1. *Função de produção*
  - 5.2. *Isoquanta e taxa marginal de substituição técnica*
  - 5.3. *Maximização da produção com restrição de custos*
6. *Contabilidade Nacional*

**6.2.1.5. Syllabus:***1. Introduction*

- 1.1. *The object and method of Economic Science.*
- 1.2. *Positive versus Normative Economics. Macroeconomics and Microeconomics*
- 1.3. *Economic systems*
- 1.4. *Scarcity and choice*
- 1.5. *Opportunity cost*
- 1.6. *Production Possibility Frontier*
2. *The market: demand and supply*
3. *Applications of demand and supply*
4. *Consumer theory*
  - 4.1. *Indifference curve and marginal rate of substitution*
  - 4.2. *Utility function*
  - 4.3. *Maximizing utility with regard of budget restriction*
5. *Producer theory*
  - 5.1. *Production function*
  - 5.2. *Isoquant and Marginal rate of technical substitution*
  - 5.3. *Maximizing production with regard of cost restriction*
6. *National Accounts*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais da seguinte forma:*

1. *Introdução (C1, C2, C3, C4, C5)*
  - 1.1. *Ciência económica: objeto e método (C1, C2, C3)*
  - 1.2. *Compartimentos da Economia (C1, C2, C3, C4)*
  - 1.3. *Sistemas Económicos (C1, C2, C3, C4, C5)*
  - 1.4. *A escassez e escolha (C1, C2, C3)*
  - 1.5. *Custo de oportunidade (C1, C2, C3)*
  - 1.6. *Frenteira de Possibilidades de Produção (C1, C2, C3)*
2. *O Mercado: A Procura e a Oferta (C1, C2, C3)*
3. *Aplicações da Procura e da Oferta (C1, C2, C3)*
4. *Teoria do consumidor (C1, C2, C3)*
  - 4.1. *Curvas de indiferença e taxa marginal de substituição (C1, C2, C3)*
  - 4.2. *Função de utilidade (C1, C2, C3)*
  - 4.3. *Maximização da utilidade com restrição orçamental (C1, C2, C3)*
5. *Teoria do Produtor (C1, C2, C3)*
  - 5.1. *Função de produção (C1, C2, C3)*
  - 5.2. *Isoquanta e taxa marginal de substituição técnica (C1, C2, C3)*
  - 5.3. *Maximização da produção com restrição de custos (C1, C2, C3)*
6. *Contabilidade Nacional (C1, C2, C3, C4)*

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

*Syllabus coherence with the curricular unit's objectives is guaranteed as follows*

- 1 *Introduction (C1, C2, C3, C4, C5)*
  - 1.1 *The object and method of Economic Science. (C1, C2, C3)*
  - 1.2 *Positive vs Normative Economics. Macro and Microeconomics (C1, C2, C3, C4)*
  - 1.3 *Economic systems (C1, C2, C3, C4, C5)*
  - 1.4 *Scarcity and choice (C1, C2, C3)*
  - 1.5 *Opportunity cost (C1, C2, C3)*
  - 1.6 *Production Possibility Frontier (C1, C2, C3)*

2. *The market: demand and supply (C1, C2, C3)*
3. *Applications of demand and supply (C1, C2, C3)*
4. *Consumer theory (C1, C2, C3)*
  - 4.1. *Indifference curve and marginal rate of substitution (C1, C2, C3)*
  - 4.2. *Utility function (C1, C2, C3)*
  - 4.3. *Maximizing utility with regard of budget restriction (C1, C2, C3)*
5. *Producer theory (C1, C2, C3)*
  - 5.1. *Production function (C1, C2, C3)*
  - 5.2. *Isoquant and Marginal rate of technical substitution (C1, C2, C3)*
  - 5.3. *Maximizing production with regard of cost restriction (C1, C2, C3)*
6. *National Accounts (C1, C2, C3, C4)*

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos; resolução de exercícios práticos; apresentação e discussão de casos reais)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo individual (Leitura da bibliografia recomendada e dos recursos da UC disponíveis na plataforma de e-learning do IPL)*

*Avaliação contínua*

*- 4 Testes realizados ao longo do semestre (ponderações: T1 – 20%; T2 – 45%; T3 – 20%; T4 – 15%)*

*- Frequência de 75% de aulas*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*- Exame escrito individual (ponderação de 100% da nota final)*

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

*Learning and evaluation methodology develops with the following components:*

*In lessons*

*Theoretical/ Practical teaching (Concepts presentation; practical exercises resolution; presentation and discussion of real situations)*

*Tutorial orientation (Sessions to clarify and explain doubts)*

*Autonomous*

*Individual study (Reading of recommended bibliography and other resources available at the IPL e-learning platform).*

*Continuous Evaluation*

*- 4 Tests during the semester (weighing: T1 – 20%; T2 – 45%; T3 – 20%; T4 – 15%)*

*- 75% Presences at lessons compulsory*

*Examination (Normal, Appeal and Special)*

*- Individual written examination (weighing 100% of final mark)*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*• Presencial*

*• Ensino teórico-prático*

*o Apresentação dos conceitos (C1, C2)*

*o Resolução de exercícios práticos (C1, C2, C3)*

*o Apresentação e discussão de casos reais (C1, C2, C3, C4, C5)*

*• Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas) (C1, C2, C3)*

*• Autónoma*

*o Estudo individual (Leitura da bibliografia recomendada e dos recursos da UC disponíveis na plataforma de e-learning do IPL) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Recursos*

*• Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4, C5)*

*• Computador com powerpoint (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

*Coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes is guaranteed as follows:*

*• In lessons*

*• Theoretical-Practical teaching*

*o Concepts presentation (C1, C2)*

*o Practical exercises resolution (C1, C2, C3)*

*o Real cases presentation and discussion (C1, C2, C3, C4, C5)*

- *Tutorial orientation (Sessions to clarify and explain doubts) (C1, C2, C3)*

- *Autonomous*

*o Individual study (Reading of recommended bibliography and other resources available at the IPL e-learning platform) (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Resources**

- *Classroom with whiteboard and projector (C1, C2, C3, C4, C5)*

- *Computer with powerpoint (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

*Samuelson, P. e Nordhaus, W. (2010), Economia, 19ª Edição. McGraw-Hill. Módulos de exercícios aplicados, da autoria da equipa docente.*

### **Mapa IX - Estatística Aplicada ao Marketing**

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

*Estatística Aplicada ao Marketing*

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

*José Maria Gouveia Martins (2 turmas , 4h TP/ semana, total 60h TP; 4 OT)*

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

*Ana Isabel Valongo dos Santos Felgueiras*

*Aulas pratico-laboratoriais: 3 turmas PL de 2 horas/semana em regime diurno (total 30 horas cada turma)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Ana Isabel Valongo dos Santos Felgueiras*

*Practical-laboratorial lessons: 3 classes with 2 hours per week (total 30 hours each class)*

*Tutorial lessons: 4 hours during the semester (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão – Conhecer os conceitos básicos da estatística descritiva e explorar a informação contida num conjunto de dados.*

*C2. Conhecimento e compreensão – Conhecer as principais distribuições de probabilidade.*

*C3. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Calcular probabilidades.*

*C4. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Inferir resultados, a partir da informação contida numa amostra, que sejam válidos para toda a população.*

*C5. Análise – Analisar o relacionamento de duas variáveis aleatórias através de um modelo de regressão linear.*

*C6. Formulação de juízos – Usar o espírito crítico na análise dos resultados obtidos, quer em termos numéricos quer em termos computacionais.*

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

*C1. Knowledge and understanding - Know the basic concepts of descriptive statistics and explore the information contained in a data set.*

*C2. Knowledge and understanding - know the main probability distributions.*

*C3. Application of knowledge and understanding - Calculate probabilities.*

*C4. Application of knowledge and understanding - Infer results, from the information contained in a data set, which are valid for the entire population.*

*C5. Analysis - Analyze the relationship between two random variables through a linear regression model.*

*C6. Criticizing the results - Develop a critical analysis of the results, both in numerical terms and computing terms.*

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

*1. Estatística Descritiva.*

*1.1 Noções básicas.*

*1.2 Quadros de frequências*

*1.3 Representação gráfica de frequências.*

*1.4 Redução dos dados.*

*2. Probabilidades.*

*2.1 Noções básicas.*

*2.2 Definição de probabilidade.*

**2.3 Probabilidade condicionada.****3. Distribuições de Probabilidade.****3.1 Definição de variável aleatória.****3.2 Variáveis aleatórias discretas.****3.3 Variáveis aleatórias contínuas.****4. Estimação pontual e intervalar.****4.1 Noções básicas.****4.2 Estimação Pontual.****4.3 Distribuições amostrais mais importantes.****4.4 Intervalos de confiança para a média.****5. Testes de hipóteses.****5.1 Noções básicas.****5.2 Testes de hipóteses paramétricos para a média de uma população.****5.3 Testes de hipóteses não paramétricos.****6. Regressão linear.****6.1 Covariância e correlação amostral.****6.2 O modelo de regressão linear.****6.3 Avaliação da qualidade do modelo.****6.2.1.5. Syllabus:****1. Descriptive Statistics.****1.1. Basics.****1.2. Tables of frequencies.****1.3. Graphical representation of frequencies****1.4. Data reduction.****2. Probabilities.****2.1. Basics.****2.2. Definition of probability.****2.3. Conditional probabilities.****3. Probability Distributions.****3.1. Definition of random variable.****3.2. Discrete random variables.****3.3. Continuous random variables.****4. Point and interval estimation.****4.1. Basics****4.2. Estimation.****4.3. Important sampling distributions.****4.4. Confidence intervals for the mean****5. Tests of Hypothesis.****5.1. Basics****5.2. Parametric tests of hypotheses for the mean of a population.****5.3. Nonparametric tests of hypothesis****6. Linear regression.****6.1. Sample covariance and correlation.****6.2. The linear regression model.****6.3. Evaluation of model quality.****6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

**1. Estatística Descritiva. (C1,C6)****2. Probabilidades. (C3,C6)****3. Distribuições de Probabilidade. (C2,C3,C6)****4. Estimação pontual e intervalar. (C4,C6)****5. Testes de hipóteses. (C4,C6)****6. Regressão linear. (C5,C6)****6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The syllabus taught contribute to UC skills established as follows:*

**1. Descriptive Statistics. (C1,C6)**

2. Probabilities. (C3,C6)
3. Probability Distributions. (C2,C3,C6)
4. Point and interval estimation. (C4,C6)
5. Tests of Hypothesis. (C4,C6)
6. Linear regression. (C5,C6)

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

##### *Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos da Estatística; Exemplificação e aplicação à resolução de problemas.)*

*Ensino prático-laboratorial (Resolução de exercícios com recurso ao software SPSS e interpretação dos resultados obtidos)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

##### *Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de exercícios)*

*E-aprendizagem (Consulta de material relativo à UC)*

##### *Avaliação contínua*

*2 Testes em computador T1 e T2 (8 val.)*

*1 Teste escrito T3 (6 val.)*

*1 Teste em computador T4 (6 val.)*

*Classificação final: CF= T1+T2+T3+T4*

##### *Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Exame individual (EI) com duas partes: uma correspondente aos testes 1 e 2 (EI1), outra aos testes 3 e 4 (EI2).*

*Classificação final: CF= EI, ou então*

*Classificação final: CF= EI1+T3+T4 (mínimo: T3+T4≥4.5), ou então*

*Classificação final: CF= T1+T2+EI2 (mínimo: T1+T2≥3.0).*

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

##### *Presencial*

*Theoretical and practical (Presentation of the concepts of Statistics; Exemplification and application to problems)*

*Practical and laboratory (Resolution of exercises using the SPSS software and interpretation of the results)*

*Tutorial (Personal orientation sessions to conduct the learning process and clarify doubts)*

##### *Autonomous*

*Study (Reading some parts of the recommended literature; resolution of exercises)*

*E-learning (Consultation of the material about the course)*

##### *Continuous evaluation:*

*2 Tests in computer T1 and T2 (8 val.)*

*1 Written test T3 (6 val.)*

*1 Test in computer T4 (6 val.)*

*Final classification: FC= T1+T2+T3+T4*

##### *Evaluation by exam:*

*Individual exam (IE) divided in two parts: one corresponding to the tests 1 and 2 (IE1) and the other to the tests 3 and 4 (IE2).*

*Final classification: FC= IE, or*

*Final classification: FC= IE1+T3+T4 (minimum: T3+T4≥4.5), or*

*Final classification: FC= T1+T2+IE2 (minimum: T1+T2≥3.0)*

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

*As metodologias de ensino utilizadas na UC contribuem para os objetivos de aprendizagem da UC da seguinte forma:*

##### *Presencial*

##### *Ensino teórico-prático*

*Apresentação dos conceitos da Estatística (C2,C3,C4)*

*Exemplificação e aplicação à resolução de problemas. (C2,C3,C4,C6)*

##### *Ensino prático e laboratorial*

*Resolução de exercícios com recurso ao software SPSS (C1,C5,C6)*

*Interpretação dos resultados obtidos (C1,C5,C6)*

##### *Orientação tutorial*

*Sessões de esclarecimento de dúvidas (C1,C2,C3,C4,C5,C6)*

**Autónoma****Estudo***Leitura de excertos de bibliografia recomendada (C1,C2,C3,C4,C5,C6)**Resolução de exercícios (C1,C2,C3,C4,C5,C6)**E-aprendizagem (C1,C2,C3,C4,C5,C6)***6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.***The teaching methodologies used contribute to the skills set for the UC as follows:***Presential***Theoretical and practical**Presentation of the concepts of Statistics (C2,C3,C4)**Exemplification and application to problems (C2,C3,C4,C6)**Practical and laboratory**Resolution of exercises using the SPSS software (C1,C5,C6)**Interpretation of the results (C1,C5,C6)***Tutorial***Personal orientation sessions to conduct the learning process and clarify doubts (C1, C2,C3,C4,C5,C6)***Autonomous****Study***Reading some parts of the recommended literature (C1, C2,C3,C4,C5,C6)**Resolution of exercises (C1, C2,C3,C4,C5,C6)***E-learning***Consultation of the material about the course (C1, C2,C3,C4,C5,C6)***6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Maroco, J. (2007). *Análise Estatística com utilização do SPSS. Edições Sílabo.*
- Murteira, B., Ribeiro, C., Silva, J. & Pimenta, C. (2002). *Introdução à Estatística. McGraw Hill.*

**Mapa IX - Modelos e Técnicas de Comunicação****6.2.1.1. Unidade curricular:***Modelos e Técnicas de Comunicação***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Maria Gorete Costa Marques (2 turmas 1h S / semana; total 15h S cada turma)***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***n.a.***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***n.a.***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1 - Conhecimento e compreensão: sensibilizar os estudantes para o fenómeno comunicativo e suas várias componentes; consciencializar os estudantes para a importância dos elementos paratextuais e dos códigos não verbais; dominar diferentes formas escritas e orais de comunicação organizacional.**C2 - Aplicação: produzir diferentes géneros textuais, utilizando técnicas de correção e aperfeiçoamento dos produtos do processo da escrita; estruturar trabalhos de investigação escritos, tendo em conta aspetos textuais e paratextuais, seguindo metodologias de trabalho científico;**C3 - Competências de comunicação: competências comunicativas linguísticas e não linguísticas, e competências estratégicas, com vista à consecução de diferentes objectivos comunicativos de âmbito sócio-profissional.**C4 – Formulação de juízos: apresentar e justificar opiniões sobre os conteúdos estudados, com espírito crítico.**C5 - Competências de aprendizagem: desenvolver o estudo autónomo fora da sala de aula.***6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***C1 - Knowledge and understanding: developing students' awareness of the communicative phenomenon and its various manifestations; recognizing the importance of paratextual elements and non verbal communication codes; applying adequate written and oral communication strategies on a professional level.*

*C2 - Applying knowledge and understanding: developing writing skills according to different genres; producing texts for academic and professional purposes.*

*C3 – Communication skills: developing linguistic and non linguistic communicative skills and other strategic competences, in order to attain specific communication objectives.*

*C4 – Making judgements: promoting a critical approach to the topics and opinions discussed in class.*

*C5- Learning skills: promoting autonomous learning.*

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

##### *I. A Comunicação:*

- 1.1. Conceitos de comunicação;*
- 1.2. Abordagens de estudo da comunicação;*
- 1.3. A comunicação interpessoal:*
  - 1.3.1. Comportamentos;*
  - 1.3.2. Comunicação verbal;*
  - 1.3.3. Comunicação não-verbal.*

##### *II. Comunicação oral em Público:*

- 2.1. Apresentações orais:*
  - 2.1.1. Desempenho do orador;*
  - 2.1.2. A audiência;*
  - 2.1.3. Estrutura da apresentação;*
- 2.2. Ambiente e recursos visuais.*

##### *III. Formas escritas de comunicação:*

- 3.1. Acta e Convocatória;*
- 3.2. Correspondência comercial (circular/carta comercial/ de reclamação/email);*
- 3.3. Processo de candidatura a um emprego e curriculum vitae;*
- 3.4. O relatório. As referências bibliográficas. A nota de rodapé e a citação. O abstract.*

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

##### *I. Communication;*

##### *I. Communication:*

- 2.1. Concepts of communication;*
- 2.2. Approaches to the study of communication;*
- 2.3. Interpersonal communication:*
  - 2.3.1. Behaviors;*
  - 2.3.2. Verbal communication;*
  - 2.3.2. Nonverbal communication.*

##### *II. Conducting a presentation:*

- 1.1. Oral presentations in public:*
  - 2.1.1 Performance of the speaker;*
  - 2.1.2. The audience;*
  - 2.1.3. Structure of the presentation;*
- 2.2. Environment and visuals.*

##### *III. Written communication for academic and professional purposes:*

- 1.1. The minute /The call;*
- 1.2. Business correspondence (business letter/complaint letter/email);*
- 1.3. The process of applying for a job;*
- 1.4. The report. Bibliographical references; footnotes and quotes. The abstract.*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*I. A Comunicação – C1.1., C.1.2., C4 e C5*

*II. Comunicação oral em Público – C.1.2., C.1.4., C3, C4*

*III. Formas escritas de comunicação – C.1.3., C.2.1., C.2.2., C3, C4 e C5*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.***I. Communication: C1.1., C.1.2., C4 e C5**II. Conducting a presentation: C.1.2., C.1.4., C3, C4**III. Written communication for academic and professional purposes: C.1.3., C.2.1., C.2.2., C3, C4 e C5***6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:**Ensino em regime de Seminário**•Apresentação e discussão dos tópicos referentes aos conteúdos programáticos;**•Exemplificação e aplicação a situações reais;**•Discussão e análise da leitura previamente recomendada;**•Acompanhamento dos alunos fora da sala de aula.**Autónoma**Leitura de excertos de bibliografia recomendada para a unidade curricular e visionamento de material multimédia (disponíveis na plataforma);**Resolução dos exercícios recomendados para a unidade curricular.**Avaliação**Avaliação periódica: Realização de um teste escrito (100%).**Avaliação final: Realização de um teste escrito (100%).***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***Presentation and discussion of topics related to the program contents;**Illustration and application to real life situations;**Discussion and analysis of the previously recommended reading;**Solving and discussion of exercises;**Monitoring of students in solving exercises.**Autonomous learning**Treatment of recommended references for the discipline;**Consolidation activities of the program contents;**Scientific support beyond academic term.***ASSESSMENT***Periodic assessment**One written test (100%)**Final assessment**One written test (100%)***6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:**Presencial**Apresentação e discussão dos tópicos referentes aos conteúdos programáticos – C1, C2, C3 e C4**Exemplificação e aplicação a situações reais – C1, C2, C3, C4 e C5**Discussão e análise da leitura previamente recomendada – C1, C2, C3 e C4**Acompanhamento dos alunos fora da sala de aula – C5**Autónoma**Leitura de excertos de bibliografia recomendada para a unidade curricular e visionamento de material multimédia – C1, C2, C3, C4 e C5**Resolução dos exercícios recomendados para a unidade curricular – C1, C2, C3, C4 e C5**Recursos**Sala de aula com quadro branco e projetor – C1, C2, C3, C4 e C5**Biblioteca – C5**Plataforma – C5***6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.***Teaching by attendance**Presentation and discussion of topics related to the program contents - C1, C2, C3 e C4**Illustration and application to real life situations - C1, C2, C3, C4 e C5*

*Discussion and analysis of the previously recommended reading - C1, C2, C3 e C4*  
*Solving and discussion of exercises - C1, C2, C3 e C4*  
*Monitoring of students in solving exercises – C5*

**Autonomous learning**

*Treatment of recommended references for the discipline - C1, C2, C3, C4 e C5*  
*Consolidation activities of the program contents – C1, C2, C3, C4 e C5*

**Resources**

*Classroom, whiteboard and datashow / projector - C1, C2, C3, C4 e C5*  
*Library – C5*  
*Moodle - Online platform – C5*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Ceia, Carlos (2006). Normas para a Apresentação de Trabalhos Científicos. (6.ª ed.) Lisboa: Editorial Presença.*  
*Fairclough, N. (1989). Language and Power. London/ New York: Longman.*

*Fiske, J. (1999). Introdução ao Estudo da Comunicação. Porto: Asa Editores.*

*Frada, J. J. Cúcio (2003). Guia Prático para a Elaboração e Apresentação de Trabalhos Científicos. (12ª ed.). Lisboa: Edições Cosmos.*

*Gibbons, A. (2007). Comunicar com êxito. Porto: Porto Editora.*

*Rego, A. e Pina e Cunha (2006). Comunicar – Aprenda as Regras de Ouro das Apresentações em Público. Lisboa: D. Quixote.*

*Rei, J. E. (2000). Curso de Redacção II. Porto: Porto Editora.*

*Sardinha, L. e L. V. Ramos (2004). O Texto Normativo. Lisboa. Didáctica.*

*Sequeira, A. (2008). Correspondência em Português. Comunique de forma eficiente. Porto: Porto Editora.*

*Templeton, M. e S. Sparks (2001). Como falar em público. Lisboa: McGrawHill.*

*Material didático fornecido pelos docentes*

**Mapa IX - Marketing Operacional**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Marketing Operacional*

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

*Lídia Maria Barroso Simão (sem carga letiva na UC este ano letivo)*

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

*Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge*  
*Aulas TP: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 horas)*  
*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge*  
*Theoretical - practical teaching: 1 class/4 hours/week-daytime (total 60 hours)*  
*Tutorial guidance: 4 hours during the semester (total of 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão – Conhecimentos sobre a relação entre a estratégia e o marketing, a diferença entre a parte estratégica e operacional do marketing, a aplicabilidade do marketing mix, a especificidade dos serviços e a relação entre marketing relacional e CRM*  
*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Capacidade em relacionar conceitos; Capacidade em descrever exemplos práticos de aplicação dos mesmos; Capacidade propor soluções para problemas; Capacidade em identificar, explicar, interpretar questões cruciais ao marketing operacional*  
*C3. Formulação de juízos – Capacidade em usar o espírito crítico na análise de textos e casos práticos,*  
*C4. Competências de comunicação – Capacidade de apresentar oralmente trabalhos práticos; Capacidade de produzir discursos sobre os temas abordados*  
*C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente*

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

*C1. Knowledge and understanding - knowledge about the relationship between strategy and marketing, the difference between the strategic and operational marketing, the applicability of the marketing mix, the specificity of services and the relationship between relationship marketing and CRM*

*C2. Application of knowledge and understanding - Ability to relate concepts; Ability to describe practical examples; Ability to propose solutions to problems; Ability to identify, explain, interpret issues crucial to the operational marketing*

*C3. Making judgments - Ability to use critical thinking to analyse texts and case studies,*

*C4. Communication skills - Ability to make oral presentation of practical works; capacity to produce discourses on the themes*

*C5. Learning skills - Ability to study independently*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1. A articulação entre Marketing Estratégico e o Marketing Operacional*

*1.1. A estratégia e o marketing*

*1.2. Vertente estratégica versus vertente operacional*

*1.3. Marketing estratégico versus marketing operacional*

*2. O plano de Marketing*

*2.1. Estrutura de um plano de marketing*

*2.2. Mini explicação das fases*

*3. As variáveis do Marketing mix*

*3.1. O produto*

*3.2. O preço*

*3.3. A comunicação/promoção*

*3.4. A distribuição*

*4. O Marketing nos serviços*

*4.1. A especificidade dos serviços*

*4.2. A adaptação do mix*

*5. Marketing Relacional e Customer Relationship Management (CRM)*

*5.1. O conceito*

*5.2. Os objectivos*

*5.3. Aspectos relevantes*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1. The relationship between Strategic Marketing and Operational Marketing*

*2. The marketing plan*

*3. The variables of marketing mix*

*4. Services Marketing*

*5. Relationship Marketing and Customer Relationship Management (CRM)*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*1. A articulação entre Marketing Estratégico e o Marketing Operacional*

*1.1. A estratégia e o marketing (C1)*

*1.2. Vertente estratégica versus vertente operacional (C1 e C3)*

*1.3. Marketing estratégico versus marketing operacional (C1 e C3)*

*2. O plano de Marketing*

*2.1. Estrutura de um plano de marketing (C1)*

*2.2. Mini explicação das fases (C1 e C3)*

*3. As variáveis do Marketing mix*

*3.1. O produto (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*3.2. O preço (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*3.3. A comunicação/promoção (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*3.4. A distribuição (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*4. O Marketing nos serviços*

*4.1. A especificidade dos serviços (C1 e C3)*

*4.2. A adaptação do mix (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*5. Marketing Relacional e Customer Relationship Management (CRM)*

*5.1. O conceito (C1 e C3)*

*5.2. Os objectivos (C2 e C3)*

### 5.3. Aspectos relevantes (C2, C3, C4 e C5)

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

1. *The relationship between Strategic Marketing and Operational Marketing (C1 and C3)*
2. *The marketing plan (C1 and C3)*
3. *The variables of marketing mix (C1, C2, C3, C4 and C5)*
4. *Services Marketing (C1 and C3)*
5. *Relationship Marketing and Customer Relationship Management (CRM) (C1, C2, C3, C4 and C5)*

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos, Exemplificação e análise de situações reais, Resolução de exercícios e trabalhos, Discussão de ideias, conceitos e problemas)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de trabalhos)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Avaliação contínua*

*1 teste escrito (T) - mín. 8/20 val. cada*

*2 trabalhos (TP) - TP1 e TP2 (mín. 10/20 val. cada)*

*Classificação final (CF):  $CF = 0,5 (T) + 0,5 (TP1+TP2)$*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*A nota dos trabalhos práticos transita para a avaliação por exame (E).*

*Classificação final:  $CF = 0,6 (E) + 0,4 (TP1+TP2)$*

*ou*

*Classificação final:  $CF = (E)$*

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

*Presential teaching*

*Theoretical and practical study (Presentation of concepts, Exemplification and analysis of real situations, resolution of exercises, Discussion/dialogue of ideas, concepts and issues)*

*Tutorial (Personal guidance sessions and clarification of doubts)*

*Autonomous*

*Study (Reading of extracts from recommended bibliography; Resolution of recommended marketing case studies)*

*E-learning*

*Continuous evaluation:*

*1 Written exam (WE) – minimum of 8 values/20 values*

*2 Practical works (PW1 and PW2) - minimum of 10 values/20 values*

*Final classification:  $0.5 WE + 0.5 (PW1 + PW2)$*

*Exam evaluation:*

*Final classification:  $0.6 WE + 0.4 (PW1 + PW2)$*

*Or*

*Written Individual Exam (WE)*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

*• Ensino teórico-prático*

*o Apresentação dos conceitos – (C1)*

*o Exemplificação – (C1, C2 e C3)*

*o Discussão de práticas apresentadas – (C2, C4 e C5)*

*o Análise crítica de exemplos e casos práticos – (C3)*

*o Vivências / experiências de conceitos apresentados – (C2, C3 e C4)*

*• Orientação tutorial – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Autónoma*

*• Estudo*

*o Leitura de excertos de bibliografia recomendada – (C1, C2, C5)*

*o Resolução de trabalhos recomendados – (C2, C3, C4 e C5)*

*• E-aprendizagem – (C5)*

*Recursos*

*• Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2 e C3)*

*• Computador e internet – (C2, C3 e C4)*

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

*Presential teaching**Theoretical and practical study**Presentation of concepts - (C1)**Practical examples - (C1, C2 and C3)**Discussion of the practices presented - (C2, C4 and C5)**Critical analysis of the examples and case studies - (C3)**The experiments on the concepts presented - (C2, C3 and C4)**Tutorial - (C1, C2, C3, C4 and C5)**Autonomous**Study**Reading the book of recommended reading - (C1, C2, C5)**Resolution of the practical work recommended - (C2, C3, C4 and C5)**E-learning - (C5)**Resources**Classroom with white board and projector - (C1, C2 and C3)**Computer and internet - (C2, C3 and C4)***6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Cravens, D. (2000), *Strategic Marketing* (6 ed., London). McGraw-Hill, pp. 73-110.
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. and Ferrell, O. C. (2005), *Marketing – Concepts and Strategies, 5th European Edition*, Houghton Mifflin, Boston, MA.
- Kotler, P. (2002). *Marketing*. Edição Atlas.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). *Princípios de Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003), *Marketing Management, 11th edition*, Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Lambin, J. (2000). *Marketing Estratégico*. McGraw-Hill.

**Mapa IX - Gestão e Negociação Comercial****6.2.1.1. Unidade curricular:***Gestão e Negociação Comercial***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Lidia Maria Barroso Simão (sem carga letiva na UC este ano letivo)***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Liliana Coutinho Vitorino**Aulas teóricas/práticas: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 horas)**Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Liliana Coutinho Vitorino**Theoretical and practical teaching: 1 class/4 hours/week-daytime (total 60 hours)**Tutorial guidance: 4 hours during the semester (total of 4 hours)***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Conhecimento e compreensão – Conhecimentos de cultura organizacional, de cultura comercial, de organização comercial, de atitudes e comportamentos na venda e de como bem vender negociando**C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Capacidade em relacionar conceitos; Capacidade em descrever exemplos práticos de aplicação dos mesmos; Capacidade propor soluções para problemas; Capacidade em identificar, explicar, interpretar questões cruciais à venda**C3. Formulação de juízos – Capacidade em usar o espírito crítico na análise de textos e casos práticos,**C4. Competências de comunicação – Capacidade de apresentar oralmente trabalhos práticos; Capacidade de produzir discursos sobre os temas abordados**C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente***6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***C1. Knowledge and understanding - Knowledge about the organizational culture, the commercial culture, the commercial organization, the attitudes and behaviours in sales and negotiation**C2. Application of knowledge and understanding - Ability to relate concepts; Ability to describe practical examples of applying them; Ability to propose solutions to problems; Ability to identify, explain, interpret critical issues about sales**C3. Making judgments - Ability to use critical thinking to analyse texts and case studies,**C4. Communication skills - Ability to make the oral presentation of practical work; Capacity to produce discourses about sales*

**C5. Learning skills - Ability to study independently****6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. *Gestão comercial*
  - 1.1. *Conceito*
  - 1.2. *Organização da cultura comercial*
  - 1.3. *Relação com outras áreas*
2. *A organização Comercial*
  - 2.1. *Conceito*
  - 2.2. *Recrutamento e selecção*
  - 2.3. *Planeamento da venda*
  - 2.4. *Animação de equipas*
  - 2.5. *Criação da oferta*
  - 2.6. *Supervisão e controlo*
3. *A Venda*
  - 3.1. *Introdução, evolução e tipos*
  - 3.2. *Meios de Apoio*
  - 3.3. *Qualidade*
  - 3.4. *Participação do cliente*
4. *O Vendedor*
  - 4.1. *Qualidades, funções e tipos*
  - 4.2. *Relacionamento*
  - 4.3. *Requisitos de Imagem*
  - 4.4. *Ética Comercial*
5. *Vender/Negociar*
  - 5.1. *Conceito*
  - 5.2. *Estratégias e tácticas*
  - 5.3. *Etapas*
  - 5.4. *Contexto da venda*

**6.2.1.5. Syllabus:**

1. *The commercial management*
2. *The organization Commercial*
3. *The sale*
4. *The seller*
5. *Sell applying negotiation techniques*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para objetivos da UC da seguinte forma:*

1. *Gestão comercial*
  - 1.1. *Conceito (C1 e C3)*
  - 1.2. *Organização da cultura comercial (C1 e C3)*
  - 1.3. *Relação com outras áreas (C1 e C3)*
2. *A organização Comercial*
  - 2.1. *Conceito (C1 e C3)*
  - 2.2. *Recrutamento e selecção (C1, C2 e C3)*
  - 2.3. *Planeamento da venda (C1, C2, e C3)*
  - 2.4. *Animação de equipas (C1, C2, e C3)*
  - 2.5. *Criação da oferta (C1, C2, e C3)*
  - 2.6. *Supervisão e controlo (C1, C2, e C3)*
3. *A Venda*
  - 3.1. *Introdução, evolução e tipos (C1 e C3)*
  - 3.2. *Meios de Apoio (C1 e C3)*
  - 3.3. *Qualidade (C1 e C3)*
  - 3.4. *Participação do cliente (C1 e C3)*
4. *O Vendedor*
  - 4.1. *Qualidades, funções e tipos (C1, C2, C3 e C4)*
  - 4.2. *Relacionamento (C1, C2, C3, C4 e C5)*
  - 4.3. *Requisitos de Imagem (C1 e C3)*
  - 4.4. *Ética Comercial (C1 e C3)*
5. *Vender/Negociar*
  - 5.1. *Conceito (C1 e C3)*
  - 5.2. *Estratégias e tácticas (C1, C3 e C5)*
  - 5.3. *Etapas (C1, C3 e C5)*
  - 5.4. *Contexto da venda (C1, C3 e C5)*

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

1. *The commercial management (C1 and C3)*
2. *The organization Commercial (C1, C2 and C3)*
3. *The sale (C1 and C3)*

4. *The seller (C1, C2, C3, C4 and C5)*
5. *Sell applying negotiation techniques (C1, C3 and C5)*

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos, Exemplificação e análise de situações reais, Resolução de exercícios e trabalhos, Discussão de ideias, conceitos e problemas)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de trabalhos)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Avaliação contínua*

*1 teste escrito (T) - mín.8/20 val. cada*

*2 trabalhos (TP) - TP1 e TP2 (mín.10/20 val. cada)*

*Classificação final (CF): CF= 0,5 (T) + 0,5 (TP1+TP2)*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*A nota dos trabalhos práticos transita para a avaliação por exame (E).*

*Classificação final: CF=0,6 (E) + 0,4 (TP1+TP2)*

*ou*

*Classificação final: CF= (E)*

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

*Presential teaching*

*Theoretical and practical study (Presentation of concepts, Exemplification and analysis of real situations, resolution of exercises, Discussion/dialogue of ideas, concepts and issues)*

*Tutorial (Personal guidance sessions and clarification of doubts)*

*Autonomous*

*Study (Reading of extracts from recommended bibliography; Resolution of recommended marketing case studies)*

*E-learning*

*Continuous evaluation:*

*1 Written exam (WE) – minimum of 8 values/20 values*

*2 Practical works (PW1 and PW2) - minimum of 10 values/20 values*

*Final classification: 0.5 WE + 0.5 (PW1 + PW2)*

*Exam evaluation:*

*Final classification: 0.6 WE + 0.4 (PW1 + PW2)*

*Or*

*Written Individual Exam (WE)*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

*• Ensino teórico-prático*

*o Apresentação dos conceitos – (C1)*

*o Exemplificação – (C1, C2 e C3)*

*o Discussão de práticas apresentadas – (C2, C4 e C5)*

*o Análise crítica de exemplos e casos práticos – (C3)*

*o Vivências / experiências de conceitos apresentados – (C2, C3 e C4)*

*• Orientação tutorial – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Autónoma*

*• Estudo*

*o Leitura de excertos de bibliografia recomendada – (C1, C2, C5)*

*o Resolução de trabalhos recomendados – (C2, C3, C4 e C5)*

*• E-aprendizagem – (C5)*

*Recursos*

*• Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2 e C3)*

*• Computador e internet – (C2, C3 e C4)*

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

*Presential teaching*

*Theoretical and practical study*

*Presentation of concepts - (C1)*

*Practical examples - (C1, C2 and C3)*

*Discussion of the practices presented - (C2, C4 and C5)*

*Critical analysis of the examples and case studies - (C3)*

*The experiments on the concepts presented - (C2, C3 and C4)*

*Tutorial - (C1, C2, C3, C4 and C5)*

*Autonomous*

*Study*

*Reading the book of recommended reading - (C1, C2, C5)*

*Resolution of the work recommended - (C2, C3, C4 and C5)*

*E-learning - (C5)*

*Resources*

*Classroom with white board and projector - (C1, C2 and C3)*

*Computer and internet - (C2, C3 and C4)*

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

- *Fery, JP. (1993). Gerir: A Força de Vendas ou Como recrutar, remunerar, animar, controlar os seus vendedores. EdiPrisma: Edições em Gestão, Lda.*
- *Futrell, C. (2007). Fundamentals of selling. McGraw Hill.*
- *Justino, L. (2007). Direcção Comercial. Lidel.*
- *Rodrigues, D. (1999). Gestão de Vendas na óptica de Marketing. Sílabo.*
- *Stanton, W. & Spiro, R. (2000). Administração de vendas, LTC.*

### **Mapa IX - Estudos de Mercado**

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

*Estudos de Mercado*

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

*Alzira Maria Ascensão Marques (sem carga letiva na UC este ano letivo)*

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

*Cátia Claudemira Cordeiro Fernandes Crespo*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 3 horas/semana (total 45 horas)*

*Aulas práticas laboratoriais: 2 turmas de 1 hora/semana (total 15 horas por turma)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Cátia Claudemira Cordeiro Fernandes Crespo*

*Theoretical-Practical Classes: 1 class with 3 hours per week (total of 45 hours)*

*Practical Laboratory: 2 classes with 1 hour per week (total of 15 hours per class)*

*Tutorial Orientation: 4 hours in the semester (total of 4 hours)*

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

*C1 – Conhecimento e compreensão – Definir e identificar o método de recolha de dados adequado a diferentes contextos.*

*C2 – Aplicação de conhecimentos e compreensão – Capacidade de aplicar um processo de recolha de dados para fundamentar a tomada de decisão.*

*C3- Síntese e organização dos conhecimentos adquiridos – Capacidade de formular um plano amostral, de construir e recolher uma amostra.*

*C4 – Análise de dados – Capacidade de analisar e testar estatisticamente os dados recolhidos de forma uni e multivariada.*

*C5 – Formulação de juízos – Avaliar criticamente os resultados e suportar conclusões.*

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

*C1 – Knowledge and understanding – Capacity to define and identify the appropriate method of marketing research.*

*C2 – Knowledge application – Capacity to apply and implement a research design process in order to support management decisions.*

*C3- Synthesis and organization of the acquired knowledge – Capacity to formulate a sampling design process and to collect a sample.*

*C3 – Data analysis - Capacity to analyze statistically the data collected.*

*C5 – Judgment formulation – Capacity to interpret and evaluate results and to present and support conclusions.*

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

*1. Introdução aos estudos de mercado*

*1.1. Definição e características de um estudo de mercado*

*1.2. Campos de aplicação de estudos de mercado*

*1.3. As grandes etapas de um estudo de mercado*

*1.4. Tipologia dos estudos de mercado*

- 1.5. Fontes potenciais de erros no desenho de estudos de mercado
- 2. A Elaboração do Estudo de Mercado
  - 2.1. Fontes de informação primárias e secundárias
  - 2.2. Métodos qualitativos de recolha de dados primários
  - 2.3. Métodos quantitativos de recolha de dados primários: utilização de questionários
  - 2.4. Elaboração do questionário
  - 2.5. Medidas e escalas
  - 2.6. O processo de amostragem
  - 2.7. Determinação da dimensão da amostra
- 3. Tratamento estatístico dos dados em SPSS
  - 3.1. Técnicas introdutórias de análise de dados
  - 3.2. Regressão linear simples e múltipla
  - 3.3. Análise Fatorial
  - 3.4. Clusters
- 4. Análise e apresentação dos resultados
  - 4.1. Estruturar um relatório de estudos de mercado e apresentar conclusões.

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Introduction to marketing research
  - 1.1. Definition and characteristics of marketing research
  - 1.2. The nature and role of marketing research
  - 1.3. Marketing research steps
  - 1.4. Research design formulation
  - 1.5. Potential sources of error
- 2. Marketing research process
  - 2.1. Primary and secondary data
    - 2.2. Qualitative research
    - 2.3. Quantitative research
    - 2.4. Questionnaire design
    - 2.5. Measurement and scaling
    - 2.6. Sampling: design and procedures
    - 2.7. Sample size determination
  - 3. Data statistical analysis in SPSS
    - 3.1. Introductory data statistical techniques
    - 3.2. Simple and multiple regression
    - 3.3. Factor Analysis
    - 3.4. Cluster Analysis
  - 4. Report preparation and presentation
    - 4.1. Report preparation, interpretations and conclusions

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

Os conteúdos programáticos contribuem para os objetivos da UC da seguinte forma

- 1. Introdução aos estudos de mercado
  - 1.1. Definição e características (C1, C2, C3)
  - 1.2. Campos de aplicação (C1, C2, C3)
  - 1.3. Grandes etapas de um estudo de mercado (C1, C2, C3)
  - 1.4. Tipologia dos estudos de mercado (C1, C2, C3)
  - 1.5. Fontes potenciais de erros no desenho de estudos de mercado (C1, C2, C3)
- 2. Elaboração do Estudo de Mercado
  - 2.1. Fontes de informação primárias e secundárias (C1, C2)
  - 2.2. Métodos qualitativos de recolha de dados primários (C1, C2, C3)
  - 2.3. Métodos quantitativos de recolha de dados primários (C1, C2, C3)
  - 2.4. Elaboração do questionário (C1, C2, C3)
  - 2.5. Medidas e escalas (C1, C2)
  - 2.6. Processo de amostragem (C2, C3)
  - 2.7. Determinação da dimensão da amostra (C2, C3)
- 3. Tratamento estatístico dos dados em SPSS
  - 3.1. Técnicas introdutórias de análise de dados (C2, C4, C5)
  - 3.2. Regressão linear simples e múltipla (C2, C4, C5)
  - 3.3. Análise Fatorial (C2, C4, C5)
  - 3.4. Clusters (C2, C4, C5)
- 4. Análise dos resultados (C2, C4, C5)

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

The contents contribute to achieve the objectives designed for the curricular unit in the following manner:

- 1. Introduction to marketing research

- 1.1. Definition and characteristics of marketing research(C1,C2,C3)
- 1.2. The nature and role of marketing research(C1,C2,C3)
- 1.3. Marketing research steps(C1,C2,C3)
- 1.4. Research design formulation(C1,C2,C3)
- 1.5. Potential sources of error(C1,C2,C3)
2. Marketing research process
  - 2.1. Primary and secondary data(C1,C2)
  - 2.2. Qualitative research(C1,C2,C3)
  - 2.3. Quantitative research(C1,C2,C3)
  - 2.4. Questionnaire design(C1,C2,C3)
  - 2.5. Measurement and scaling(C1,C2)
  - 2.6. Sampling: design and procedures(C2,C3)
  - 2.7. Sample size determination(C2,C3)
3. Data statistical analysis in SPSS
  - 3.1. Introductory data statistical techniques(C2,C4)
  - 3.2. Simple and multiple regression(C2,C4)
  - 3.3. Factor Analysis(C2,C4)
  - 3.4. Cluster Analysis(C2,C4)
4. Report preparation and presentation
  - 4.1. Report preparation, interpretations and conclusions(C2,C4,C5)

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*• Aulas teórico-práticas:*

*Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos na abordagem dos conteúdos programáticos*

*Resolução de exercícios como suporte de aprendizagem dos conceitos teóricos apresentados.*

*Relevância da participação em aula*

*Acompanhamento do trabalho de estudo de mercado*

*• Prática-Laboratorial: Métodos demonstrativos na utilização do SPSS para tratamento e análise dos dados;*

*Resolução de exercícios em SPSS*

*• Orientação tutorial: Esclarecimento de dúvidas*

*Autónoma*

*Leitura da bibliografia recomendada*

*Estruturação e implementação prática de um estudo de mercado*

*Avaliação contínua: Frequência(50%-nota mínima 8) +Realização de um Estudo de Mercado(40%) +Resolução de um exercício individual em SPSS(10%)*

*Exame Normal e Recurso: Exame 100% ou Exame 50% (nota mínima 8), Estudo de Mercado(40%) e Exercício individual em SPSS(10%)*

*Exame Especial Exame 100%*

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

*Teaching methodologies include the following components:*

*Presential:*

*• Theoretical-practical classes:*

*Expositive methods complemented by several practical examples related to different program topics.*

*Exercises resolution.*

*Importance of students' participation.*

*Orientations concerning the development of the Marketing Research Project.*

*• Practical Laboratory:*

*Practical classes use the SPSS software to analyze and interpret the data collected.*

*SPSS exercises' resolution.*

*• Tutorial orientations: Clarification of students' doubts and questions.*

*Autonomous:*

*- Reading of the recommend bibliography.*

*- Marketing research project organization.*

*Continuous Evaluation: Test (50% - 8 as a minimum grade) + Group work: marketing research project (40%)*

*+One individual SPSS exercise (10%)*

*Exam: Exam (100%) or Exam (50% - 8 as minimum grade), marketing research project (40%), and individual SPSS exercise (10%).*

*Special Exam: Exam (100%)*

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

*As metodologias de ensino utilizadas na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

**Presencial**• **Aulas teórico-práticas:**

o *Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos na abordagem dos conteúdos programáticos (C1, C2, C3, C4, C5)*

o *Resolução de exercícios como suporte de aprendizagem dos conceitos teóricos apresentados (C1, C2, C3, C4, C5)*

o *Relevância da participação e do trabalho desenvolvido em aula (C1, C2, C3, C4, C5)*

o *Acompanhamento do trabalho de estudo de mercado (C1, C2, C3, C4, C5)*

• **Aulas de Prática-Laboratorial:**

o *Métodos demonstrativos e activos na utilização do SPSS para tratamento e análise dos dados (C4, C5)*

o *Resolução de exercícios em SPSS (C4, C5)*

• **Orientação tutorial:**

o *Sessões de esclarecimento de dúvidas (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Autónoma**

• *Leitura da bibliografia recomendada (C1, C2, C3, C4, C5)*

• *Estruturação e implementação prática de um estudo de mercado (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

*The teaching methodologies contribute to achieve the learning outcomes in the following manner:*

**Presential:**• **Theoretical-practical classes:**

o *Expositive methods complemented by several practical examples related to different program topics (C1, C2, C3, C4, C5)*

o *Exercises resolution (C1, C2, C3, C4, C5)*

o *Importance of students' participation (C1, C2, C3, C4, C5)*

o *Orientations concerning the development of the Marketing Research Project (C1, C2, C3, C4, C5)*

• **Practical Laboratory**

o *Practical classes use the SPSS software to analyze and interpret the data collected (C4, C5)*

o *SPSS exercises' resolution (C4, C5)*

• **Tutorial orientations**

o *Clarification of students' doubts and questions (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Autonomous:**

• *Reading of the recommend bibliography (C1, C2, C3, C4, C5)*

• *Marketing research project organization (C1, C2, C3, C4, C5)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

• *Malhotra, Naresh K. & Birks, David F. (2007). Marketing Research: An Applied Approach (3rd European Edition). Prentice Hall.*

• *Pestana, Maria H. & Gageiro, João N. (2005). Análise de Dados para as Ciências Sociais. A Complementaridade do SPSS (4ª ed.). Edições Sílabo.*

**Mapa IX - Gestão de Recursos Humanos****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Gestão de Recursos Humanos*

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

*Tânia de Matos Gomes Marques (sem carga letiva na UC este ano letivo)*

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

*António José Pinto Pedrosa*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana em regime pós-laboral (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*António José Pinto Pedrosa*

*Theoretical and practical lectures: one class of four hours per week in the evenings (total 60 hours)*

*Tutorial: four hours per class during the semester in the evenings (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimentos e compreensão – Conhecimentos e compreensão dos conceitos, dos princípios e das teorias da Gestão de Recursos Humanos.*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão - Capacidade em relacionar conceitos; Capacidade em*

*descrever exemplos práticos de aplicação; Capacidade em resolver problemas organizacionais com base nos conceitos principais, nos princípios e nas teorias estudados.*

*C3. Formulação de juízos - Capacidade em usar um espírito crítico na análise das situações estudadas.*

*C4. Competências de comunicação – Capacidade em produzir questionários, perfis de competências, descrição de funções, guiões de entrevista, checklists e, relatórios; Capacidade para guiar entrevistas de emprego e de avaliação de desempenho.*

*C5. Competências de aprendizagem – Capacidade de estudar autonomamente; Capacidade de pensar individualmente com atitude crítica.*

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

*C1. Knowledge and understanding – knowledge and understanding of concepts, principles and theories of human resources management.*

*C2. Application of knowledge and understanding - ability to relate concepts; Ability to describe practical examples of implementation; Ability to solve organizational problems based on key concepts, principles and theories studied.*

*C3. Formulation of judgments -Ability to use a critical spirit in the analysis of the situations studied.*

*C4. Communication skills – Ability to produce questionnaires, skills profiles, job descriptions, interview scripts, checklists and reporting; Ability to handle job interviews and performance evaluation.*

*C5. Learning skills – ability to study independently; Ability to think individually with critical attitude.*

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

*1. Introdução à Gestão de Recursos Humanos nas Organizações*

*2. Planeamento de Recursos Humanos*

*3. Gestão baseada em competências*

*4. Análise, Descrição e Qualificação de Funções*

*5. Recrutamento, Seleção*

*6. Integração profissional*

*7. Avaliação de Desempenho*

*8. A Formação Profissional*

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

*1. Introduction to human resource management in organizations*

*2. Human resources planning*

*3. Competence-based management*

*4. Analysis, description and qualification of functions*

*5. Recruitment, selection*

*6. Professional integration*

*7. Performance assessment*

*8. Training*

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

*1. Introdução à Gestão de Recursos Humanos (GRH) nas Organizações*

*1.1 A evolução da GRH (C1; C2)*

*1.2 Estratégias, Estruturas e Sistemas (C1; C2;C3)*

*2. Planeamento*

*2.1 Fases do Planeamento de Recursos Humanos (C1; C2, C3; C4)*

*3. A Gestão baseada em Competências*

*3.1 Conceitos, grupos e tipos (C1,C2, C3)*

*3.2 Implicações, vantagens e desvantagens (C1,C2, C3, C4)*

*4. Análise e Descrição de Funções*

*4.1 Conceitos, objetivos, métodos e práticas de análise, descrição, especificação e qualificação de funções (C1; C2, C3; C4; C5)*

*5. Recrutamento e Seleção*

*5.1 Tipos e métodos de recrutamento (C1; C2, C3; C4; C5)*

*5.2 Métodos de seleção (C1; C2, C3; C4; C5)*

*6. Integração Profissional*

*6.1 A integração, o processo e táticas de socialização (C1; C2, C3; C4; C5)*

*7. Gestão e Avaliação do Desempenho*

*7.1 Objetivos, métodos, requisitos e condições de eficácia dos sistemas de avaliação de desempenho (C1; C2, C3; C4; C5)*

*8. Formação e Desenvolvimento*

*8.1 O ciclo formativo (C1; C2, C3; C4; C5)*

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

*1. Introduction to HRM in organizations*

*1.1 The evolution of HRM (C1;C2)*

*1.2 Strategies, structures and systems (C1; C2;C3)*

*2. Planning*

*2.1 The phases of HR Planning (C1; C2, C3; C4)*

**3. Competence-based management**

3.1 Concepts, groups and types (C1, C2, C3)

3.2 Implications, advantages and disadvantages (C1, C2, C3, C4)

**4. Analysis and Description of functions**

4.1 Concepts, objectives, methods, and practices of analysis, description, specification and qualification of functions (C1; C2, C3; C4; C5)

**5. Recruitment and selection**

5.1 Types and methods of recruitment (C1; C2, C3; C4; C5)

5.2 Selection methods (C1; C2, C3; C4; C5)

**6. Professional Integration**

6.1 The integration, the process of socialization and tactics (C1; C2, C3; C4; C5)

**7. Management and performance evaluation**

7.1 Objectives, methods, requirements and conditions of validity of performance evaluation systems (C1; C2, C3; C4; C5)

**8. Training and development**

8.1 The formative cycle (C1; C2, C3; C4; C5)

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):****Presencial***Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos principais da gestão de recursos humanos; Exemplificações; Resolução de estudos de casos/simulação e trabalhos de grupo)**Orientação tutorial (Sessões de orientação para conduzir o processo de aprendizagem e esclarecimento de dúvidas da matéria lecionada ao longo da UC).***Autónoma***Estudo (Leitura de capítulos da bibliografia recomendada pela unidade curricular; Resolução de estudos de casos)***Avaliação Contínua:***Obrigatoriedade de presença em 75% das aulas.**3 atividades (Act1, Act2, Act3) ao longo da matéria (10%+10%+10%) + Teste Final (TF) escrito (70% da nota final) Nota mínima no teste final: 8,00 valores.**Classificação Final: 10%Act1+10%Act2+10%Act3+70%TF***Exame (Normal, Recurso e Especial):***Exame normal: 20% das atividades de Avaliação Contínua + 80% do exame normal (com nota mínima de 8 valores no exame) ou Exame normal:100% (O CRITÉRIO MELHOR PARA OS ALUNOS)**Exame de recurso e Exame especial: 100%***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***The method of learning and grading involves:***Contact***Theoretical and Practical teaching (Presentation of the main concepts of human resources management; Exemplifications; Resolution of case studies/simulation and group work)**Tutorial orientation (orientation sessions to lead the learning process and clarification of doubts along the UC).***Autonomous***Study (Readings of the recommended bibliography; Resolution of case studies)***Continuous Assessment:***Requirement in 75% of lessons.**3 activities (Act1, Act2, Act3) along the classes (10% +10% +10%) + Final written test (FWT) (70% of the final grade), minimum grade 8 out of 20.**Final standings: 10%Act1 +10%Act2 +10%Act3 +70% FWT***Examination (Normal, appeal and special):***Final normal exam: 20% of the ongoing evaluation activities + 80% of written normal exam (with minimum grade of 8 out 20) or One final written exam (100%) (the best criterion for students)**Examination of appeal and special examination: 100%***6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:***Presencial****• Ensino teórico-prático***o Apresentação dos conceitos e práticas da GRH (C1, C2, C5)**o Exemplificação (C3 e C4)**o Estudo de casos (C3, C4, C5)**o Aplicação a casos reais (C3, C4, C5)**o Simulações (C3, C4, C5)**o Trabalhos de grupo (C3, C4, C5)***• Orientação tutorial (C1 a C5)****Autónoma****• Estudo***o Leitura dos capítulos da bibliografia recomendada pela unidade curricular (C1 a C5)*

*o Resolução dos casos recomendados pela unidade curricular (C1 a C5)*  
*o Resolução de casos e trabalhos de grupo (C1 a C5)*

**Recursos**

- *Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1 e C2)*
- *Gabinete – (C3 e C5)*

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

*The teaching methods and resources used contribute to the general objectives as follows:*

**Contact**

*Theoretical and Practical teaching*

*Presentation of the concepts and practices of HRM (C1, C2, C5)*

*Exemplification (C3 and C4)*

*Case studies (C3, C4, C5)*

*Application to actual cases (C3, C4, C5)*

*Simulations (C3, C4, C5)*

*Group work (C3, C4, C5)*

*Tutorial (C1 to C5)*

**Autonomous**

**Study**

*Readings of the recommended bibliography (C1 to C5)*

*Resolution of cases recommended by the curriculum unit (C1 to C5)*

*Case resolution and group work (C1 to C5)*

**Resources**

*Classroom with whiteboard and projector – (C1 and C2)*

*Teacher office – (C3 and C5)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- *Gomes, J. F., Pina e Cunha, M., Rego, A., Campos e Cunha, R., e Cardoso, C. C. (2008). Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano. Lisboa: Sílabo.*
- *Bilhim, J. (2006). Gestão Estratégica de Recursos Humanos (2º ed). Lisboa: ISCSP*
- *Camara, P. B, Guerra, P. B., e Rodrigues, J. V. (2007). Novo Humanator - Recursos Humanos e Sucesso Empresarial. Lisboa: Publicações D. Quixote,*
- *Chiavenato. I.(2007). Administración de recursos humanos- El capital humano de las organizaciones (8Ed). McGraw Hill.*
- *Ivancevich, J. M. (2008). Gestão de Recursos Humanos (1ª ed.). McGraw Hill*
- *Noé, R.A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B. e Wright, P. M.( 2008).Human resource management (6ed.).McGraw Hill*
- *Rocha, J. A., e Carvalho, A. V. (2007).Gestão de Pessoas nos Serviços Públicos, Lisboa: Rei dos Livros*
- *Torrington, D., Hall, L. e Taylor, S.(2005).Human Resource Management (6ed.). Prentice Hall*

**Mapa IX - Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento*

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

*Lídia Maria Barroso Simão (sem carga letiva na UC este ano letivo)*

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

*Carlos Manuel da Costa Vieira*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Carlos Manuel da Costa Vieira*

*Theoretical and practical Class: 4 hours per week (total of 60 hours)*

*Tutorial guidance: 4 hours during the semester (total of 4 hours)*

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

- C1. Conhecimento e compreensão – Conhecimentos de Logística e Gestão de Cadeias de Abastecimento e compreensão de conceitos e actividades associados numa óptica de reforço da competitividade empresarial.*
- C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Capacidade em relacionar conceitos; Capacidade em resolver problemas de Logística e Gestão de Cadeias de Abastecimento simples envolvendo métodos para analisar e tomar decisões logísticas;*
- C3. Formulação de juízos – Capacidade em usar um espírito crítico na análise dos resultados obtidos;*

*C4. Competências de comunicação – Capacidade de produzir relatório de trabalho de pesquisa; Capacidade em apresentar oralmente um tema de pesquisa no âmbito da Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento;*  
*C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente*

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

*C1. Knowledge and understanding - Knowledge and understanding of Logistics and Supply Chain Management concepts and associated activities according to an enhancing competitiveness view.*

*C2. Application of knowledge and understanding - Ability to relate concepts, problem-solving capacity of Logistics and Supply Chain Management simple problems, involving methods to analyse and make logistics decisions;*

*C3. Making judgments - Ability to use a critical analysis of the results obtained;*

*C4. Communication skills - Ability to produce report of research work; ability to present orally a research topic within the Logistics and Supply Chain Management domain;*

*C5. Learning skills - Ability to study independently.*

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

*1. Evolução do conceito de logística*

*2. Sistema logístico*

*2.1 Características e atributos principais*

*2.2 Objectivos, fluxos e custos logísticos*

*2.3 Definições de logística/SCM*

*3. Logística e criação de valor para o cliente*

*3.1 Logística e estratégia*

*3.2 Serviço ao cliente*

*4. Cadeia de abastecimento*

*4.1 Gestão da compra e do abastecimento*

*4.2 A escolha de fornecedores*

*4.3 O processamento dos pedidos*

*4.4 A recepção e a conferência*

*5. Gestão de armazéns*

*5.1 Dimensão e layouts*

*5.2 Sistemas de armazenamento e movimentação*

*5.3 Operações de Armazenagem*

*6. Gestão de stocks*

*6.1 Objectivos da gestão de stocks e conceitos associados*

*6.2 Métodos de controlo e gestão de stocks*

*7. Gestão de transportes*

*7.1 Modos de transporte*

*7.2 Critérios de escolha*

*7.3 Opção frota própria versus externalizada*

*8. Indicadores de desempenho logístico*

*9. Tendências logísticas*

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

*1. Evolution of the concept of logistics*

*2. Logistics system*

*3. Logistics and Customer Service*

*4. Supply and Purchases*

*5. Warehouse Management*

*6. Inventory management*

*7. Transport Management*

*8. Logistics performance indicators*

*9. Trends in logistics*

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

*1. Evolução da logística (C1, C2 e C5)*

*2. Sistema logístico*

*2.1 Características e atributos principais (C1, C2 e C5)*

*2.2 Objectivos, fluxos e custos logísticos (C1, C2 e C5)*

*2.3 Definições (C1, C2 e C5)*

*3. Logística e criação de valor para o cliente*

- 3.1 Logística e estratégia (C1, C2 e C5)
- 3.2 Serviço ao cliente (C1, C2 e C5)
- 4. Cadeia de abastecimento
  - 4.1 Gestão da compra/abastecimento (C1, C2 e C5)
  - 4.2 A escolha de fornecedores (C1, C2, C3 e C5)
  - 4.3 Processamento dos pedidos (C1, C2 e C5)
  - 4.4 Recepção e conferência (C1, C2 e C5)
- 5. Gestão de armazéns
  - 5.1 Dimensão e layouts (C1, C2, C3 e C5)
  - 5.2 Sistemas de armazenamento e movimentação (C1, C2 e C5)
  - 5.3 Operações de armazenagem (C1, C2 e C5)
- 6. Gestão de stocks
  - 6.1 Objectivos da gestão de stocks e conceitos associados (C1, C2 e C5)
  - 6.2 Métodos de controlo e gestão de stocks (C1, C2, C3 e C5)
- 7. Gestão de transportes (C1, C2 e C5)
- 8. Indicadores de desempenho (C1, C2 e C5)
- 9. Tendências logísticas (C1, C2 e C5)

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

- 1. Evolution of the concept of logistics (C1, C2 and C5)
- 2. Logistics system (C1, C2 and C5)
- 3. Logistics and Customer Service (C1, C2 and C5)
- 4. Supply and purchases (C1, C2, C3 and C5)
- 5. Warehouse Management (C1, C2, C3 and C5)
- 6. Inventory management (C1, C2, C3 and C5)
- 7. Transportation management (C1, C2 and C5)
- 8. Indicators of logistics performance (C1, C2 and C5)
- 9. Trends logistic (C1, C2 and C5)

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

A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos, resolução de problemas, acompanhamento dos alunos no desenvolvimento do trabalho grupo e apresentação do trabalho de grupo)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de exercícios)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Avaliação contínua*

*1 teste escrito TE e um trabalho de grupo TG (mínimo 9,5/20 val. cada)*

*Classificação final: CF= 0,60TE+0,40TG*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*1 teste escrito TE e um trabalho de grupo TG (mínimo 9,5/20 val. cada)*

*Classificação final: CF= 0,60TE+0,40TG*

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

*The teaching methodologies are carried out using the following components:*

- *Theoretical and practical class (Presentation of concepts, problem solving, monitoring students in the development of group work and presentation of group work);*
- *Tutorial guidance (Session answering questions);*
- *Autonomous study (Reading excerpts of recommended bibliography; Exercises);*
- *E-learning;*

• *Continuous assessment:*

o *Written test WT and a work group WG (minimum 9.5 / 20 val. Each)*

o *Final standings: FS = 0.60WT +0.40WG*

• *Examination*

o *Written test WT and a work group WG (minimum 9.5 / 20 val. Each)*

o *Final standings: FS = 0.60WT +0.40WG*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

• *Ensino teórico-prático*

o *Apresentação dos conceitos associados à logística e gestão de cadeias de abastecimento – (C1 e C2);*

o *Resolução de problemas – (C2, C3 e C5);*

- o Acompanhamento dos alunos no desenvolvimento do trabalho prático (C1, C2, C3, C4 e C5);
- o Apresentação do trabalho de grupo (C4);
- Orientação tutorial – (C1, C2, C3, C4 e C5)

#### Autónoma

- Estudo
- o Leitura de excertos de bibliografia recomendada – (C1, C2, C5)
- o Resolução de exercícios recomendados – (C2, C3, C4 e C5)
- o Realização do trabalho de grupo – (C2, C3, C4 e C5)
- E-aprendizagem – (C5)

#### Recursos

- Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1 e C2)

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

*The teaching methods used will contribute to the learning outcomes as follows:*

- *Theoretical and practical class:*
  - o *Presentation of concepts - (C1 and C2);*
  - o *Problem solving - (C2, C3 and C5);*
  - o *Monitoring students in the development of work group - (C1, C2, C3, C4 and C5);*
  - o *Work group presentation - (C4);*
- *Tutorial guidance - (C1, C2, C3, C4 and C5);*
- *Autonomous study:*
  - o *Reading excerpts from the recommended reading - (C1, C2, C5);*
  - o *Resolution of the recommended exercises - (C2, C3, C4 and C5).*
- *E-learning - (C5).*

### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Ballou, R. (2004). Business Logistics/Supply Chain Management. Edições Prentice Hall;*
- *Bowersox, D., Closs, D. & Cooper, M. (2007). Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística;*
- *Carvalho, J. (2002). Logística. Edições Sílabo;*
- *Carvalho, J. (2004). A lógica da logística. Edições Sílabo;*
- *Carvalho, J. (2004). Estratégias logísticas. Edições Sílabo;*
- *Moura, B. (2006). Logística: conceitos e tendências. Edições Centro Atlântico;*

## Mapa IX - Comunicação Intercultural

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Comunicação Intercultural*

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

*Maria Carminda Bernardes Silvestre (1 turma 1h TP/semana; total 15h TP)*

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

*n.a.*

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

*n.a.*

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

- C1. Aquisição de conhecimentos básicos no âmbito da comunicação, linguagem, discurso, semiótica e cultura.*
- C2. Identificação da multiplicidade de sistemas semióticos verbais e não verbais recorrentes na comunicação em contextos interculturais.*
- C3. Interpretação das linguagens verbais e não verbais em contextos multiculturais.*
- C4. Reconhecimento e compreensão da diversidade cultural em interações em contextos empresariais interculturais.*
- C5. Aplicação das competências semiótico-discursivas em contextos organizacionais de natureza intercultural.*

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

*The curricular unit was designed to ensure the following main abilities:*

*C1. Acquisition of key concepts in the field of communication, namely communication, language, langue, discourse, semiotics and culture.*

*C2. Identification of multiple semiotic systems (verbal and non verbal) occurring in communication in intercultural contexts.*

*C3. Interpretation of verbal and non verbal languages in multicultural contexts.*

*C4. Comprehension and identification of cultural diversity in intercultural communication inscribed in organisational contexts.*

*C5. Application of the acquired semiotic-discursive skills in intercultural organisational contexts.*

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

*1. Introdução aos conceitos fundamentais de comunicação:*

*1.1 Comunicação e escolas de comunicação*

*1.2 Linguagem e língua*

*1.3 Discurso*

*1.4 Semiótica e sistemas semióticos*

*2. Conceitos de cultura e abordagens aos estudos da cultura:*

*2.1. O conceito de cultura e abordagens culturais*

*2.2. A perspetiva de Raymond Williams*

*2.3. A perspetiva de Geert Hofstede*

*3. Cinésia e Proxémia:*

*3.1 Introdução ao estudo da Cinésia*

*3.1.1 A Linguagem corporal como sistema semiótico: semelhanças e diferenças nas diferentes culturas*

*3.2 Introdução ao estudo da Proxémia*

*3.2.1 A linguagem do espaço e os seus significados. Semelhanças e diferenças nas diferentes culturas*

*4. Discurso Empresarial em Contextos Interculturais:*

*4.1 Discurso empresarial*

*4.2 Práticas de discurso em contextos interculturais: estudos de caso*

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

*1. Introduction to basic concepts of communication:*

*1.1 Communication and approaches to communication;*

*1.2 Language versus langue;*

*1.3 Discourse;*

*1.4 Semiotics and semiotic systems;*

*2. Concepts of culture and approaches to culture:*

*2.1 The concept of culture and approaches to culture:*

*2.2 Raymond Williams' perspective;*

*2.3 Geert Hofstede's perspective (national and organisational).*

*3. Cinesics and Proxemics:*

*3.1 Introduction to cinesics;*

*3.1.1 Body language as a semiotic system: similarities and differences in different cultures;*

*3.2 Introduction to Proxemics;*

*3.2.1 The language of space and its meanings. Similarities and differences in different cultures.*

*4. Organisational discourse in intercultural contexts:*

*4.1 Organisational discourse*

*4.2 Discourse practices in intercultural contexts: Case studies.*

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

*Os conteúdos programáticos contribuem para as competências da UC da seguinte forma:*

*1. Introdução aos conceitos fundamentais de comunicação: Comunicação e escolas de comunicação (C1); Linguagem e língua (C1; C2; C3; C4); Discurso (C1; C2; C3; C4); Semiótica e sistemas semióticos (C1; C2; C3; C4).*

*2. Conceitos de cultura e abordagens aos estudos da cultura: O conceito de cultura e abordagens culturais (C1); A perspetiva de Raymond Williams (C1); A perspetiva de Geert Hofstede (C1).*

*3. Cinésia e Proxémia: Introdução ao estudo da Cinésia (C1; C2; C3; C4); A Linguagem corporal como sistema semiótico: semelhanças e diferenças nas diferentes culturas (C2; C3; C4; C5); Introdução ao estudo da Proxémia (C1; C2; C3; C4); A linguagem do espaço e os seus significados. Semelhanças e diferenças nas diferentes culturas (C2; C3; C4; C5).*

*4. Discurso Empresarial em Contextos Interculturais (C1; C2; C3; C4; C5).*

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

*The syllabus was organised to provide a coherent and comprehensive unit to the curricular objectives as follows:*

*1. Introduction to basic concepts of communication: Communication and approaches to communication (C1); Language versus langue (C1; C2; C3; C4); Discourse (C1; C2; C3; C4); Semiotics and semiotic systems (C1; C2; C3; C4).*

*2. Concepts of culture and approaches to culture: the concept of culture and approaches to culture (C1); Raymond Williams' perspective (C1); Geert Hofstede's perspective (national and organisational) (C1).*

*3. Cinesics and Proxemics: Introduction to cinesics (C1; C2; C3; C4); Body language as a semiotic system:*

*similarities and differences in different cultures (C2; C3; C4; C5); Introduction to Proxemics (C1; C2; C3; C4); The language of space and its meanings. Similarities and differences in different cultures (C2; C3; C4; C5).*

4. *Organisational discourse in intercultural contexts (C1; C2; C3; C4; C5).*

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

##### *Presencial*

*Ensino teórico: introdução aos tópicos em que os conceitos e termos fundamentais mapeiam a área de estudo, através de atividades e tarefas reflexivas desenhadas para estabelecer a compreensão da terminologia, técnicas de análise e as competências adequadas ao módulo em estudo.*

*Ensino teórico-prático: extensão desenvolvida através de leituras de artigos ou capítulos de livros. Tarefas de investigação através de follow-up questions.*

*Ensino prático: exploração. São introduzidos materiais adicionais com ênfase em estudos de caso, sempre que apropriado, através de atividades centradas no aluno para alicerçar a sua autonomia no envolvimento em estudos de caso relevantes.*

*Autónoma: Estudo através de leitura de excertos de bibliografia recomendada e resolução de tarefas recomendados pela unidade curricular.*

*Avaliação contínua: Uma frequência (60%); trabalho de grupo com apresentação oral de um case study (30%); participação nas aulas (10%).*

*Exame escrito (100%)*

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

*Theory: Exposition. Key terms and concepts are introduced in order to establish key understandings of the main areas of study; reflexive activities and tasks are developed to ensure that terminology, techniques and the skills are appropriately acquired, according to the different topics.*

*Theory and Practice: Expansion. Tasks of follow-up questions are added to enable fuller understanding of both theory and practice through readings of canonical books or articles, together with annotations and commentary where appropriate.*

*Practice: Exploration. Tasks are designed to support students in undertaking their own work in groups or personal study focusing on case studies.*

*Autonomous Learning: Learning through reading for specific information or research work;*

*Continuous Assessment consists of: a written test (60%); a written assignment (done in group i) (30%); direct observation (10%)*

*Final Assessment: written exam (100%)*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

##### *Presencial*

*Ensino teórico: apresentação dos tópicos e respetivos conceitos e termos fundamentais (C1); atividades e tarefas, de natureza reflexiva, desenhadas para estabelecerem a compreensão da terminologia e técnicas de análise conducentes ao desenvolvimento de competências adequadas ao módulo em estudo (C2; C3; C4).*

*Ensino teórico-prático: extensão desenvolvida através de leituras de artigos ou capítulos de livros (C1).*

*Tarefas de investigação através de follow-up questions (C2; C3; C4).*

*Ensino prático: exploração. São introduzidos materiais adicionais com ênfase em estudos de caso, sempre que apropriado, através de atividades centradas no aluno para alicerçar a sua autonomia no envolvimento em estudos de caso relevantes (C2; C3; C4; C5).*

##### *Autónoma*

*Estudo através de leitura de excertos de bibliografia recomendada e resolução de tarefas recomendados pela unidade curricular (C1; C2; C3; C4; C5).*

##### *Recursos*

*Sala de aula com quadro branco e projetor e computador – (C1; C2; C3; C4; C5)*

*Sala de aula, biblioteca – (C5)*

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

*The teaching/learning methodologies consist of the following stages:*

##### *Theory:*

*Exposition. Key terms and concepts are introduced in order to establish key understandings (C1); reflexive activities and tasks are developed to ensure that terminology, techniques and the skills are appropriately acquired, according to the topic (C2; C3; C4).*

##### *Theory and Practice:*

*Expansion. Tasks of follow-up questions are added to enable fuller understanding of both theory and practice through readings of canonical books or articles (C1), together with annotations and commentary where appropriate (C2; C3; C4).*

*Practice - Exploration. Tasks are designed to support students in undertaking their own work in groups or personal study (C2; C3; C4; C5).*

##### *Autonomous Learning:*

*Learning (reading for specific information) and research work (C1; C2; C3; C4; C5).*

**Resources***Classroom, computer, projector, platform - (C1; C2; C3; C4; C5)**Classroom, library – (C5)***6.2.1.9. Bibliografia principal:***Hall, Edward (1986). A Dimensão Oculta. Lisboa: Relógio D'Água: 149-185.**Hall, Edward (1996). A Linguagem Silenciosa. Lisboa: Relógio D'Água.**Hofstede, Geert (1994). The business of the international business is cultural. The International Business Review, 3(1), 1-14.**Hofstede, Geert (2003). Cultura e organizações: compreender a nossa programação mental. Lisboa: Edições Sílabo.**Silvestre, Carminda (2010). Introdução à Comunicação Intercultural (sebenta).**Williams, Raymond (1989). "Culture is Ordinary".***Mapa IX - Marketing Internacional****6.2.1.1. Unidade curricular:***Marketing Internacional***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Lídia Maria Barroso Simão (sem carga letiva na UC este ano letivo)***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge**Aulas teóricas: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 horas)**Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge**Theoretical and practical teaching: 1 class/4 hours/week-daytime (total 60 hours)**Tutorial guidance: 4 hours during the semester (total of 4 hours)***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Conhecimento e compreensão – Conhecimentos de Marketing Internacional conceitos básicos e compreensão dos mesmos**C2. Aplicação – Capacidade em relacionar conceitos; Capacidade em descrever exemplos práticos de aplicação; Capacidade em resolver problemas envolvendo casos estudo; Capacidade em criar cenários de soluções no âmbito do Marketing Internacional;**C3. Formulação de juízos – Capacidade em usar um espírito crítico na análise das problemáticas e no encontro das soluções**C4. Competências de comunicação – Capacidade em produzir relatórios e planos de marketing internacional envolvendo vários países**C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente***6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***C1. Knowledge and understanding - Knowledge of International Marketing basics concepts and their understanding**C2. Application - Ability to relate concepts; Ability to describe practical examples of application; Ability to solve problems involving case study; Ability to create solution scenarios under International Marketing;**C3. Making judgments - Ability to use a critical analysis of the problems and finding solutions**C4. Communication skills - Ability to produce reports and international marketing plans involving several countries**C5. Learning skills - Ability to study independently***6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***1. Introdução ao marketing internacional - tendências e mercados**2. O ambiente económico internacional**3. O ambiente comercial internacional e os blocos de integração económica regionais**4. O ambiente político-legal**5. O ambiente cultural**6. Os sistemas de informação e os estudos de mercado**7. A segmentação e o posicionamento nos mercados externos**8. Os modos de serviço dos mercados externos e o caso particular das importações e exportações**9. As decisões de produto e de marca, para os mercados externos**10. A política internacional de preços, a política de distribuição e as dificuldades inerentes à distribuição*

*internacional*

*11. A política de comunicação internacional*

*12. Tendências no marketing internacional e a implementação integrada de estratégias de marketing internacional*

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

*1. Introduction to international marketing – markets trends*

*2. The international economic environment*

*3. The international business environment and the regional economic integration blocks*

*4. The political-legal environment*

*5. The cultural environment*

*6. The information systems and the market research*

*7. Segmentation and positioning in foreign markets*

*8. Services in foreign markets and the particular case of imports and exports*

*9. Decision-making of product and brand for foreign markets*

*10. The international price and placement policies, and the difficulties inherent to international distribution*

*11. The international promotion policy*

*12. The International marketing trends and the integrated implementation of international marketing strategies*

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

*Os conteúdos contribuem para os objetivos da UC da seguinte forma:*

*1. Introdução ao marketing internacional - tendências e mercados (C1, C2)*

*2. Ambiente económico internacional (C1, C2,)*

*3. Ambiente comercial internacional e os blocos de integração económica regionais (C1, C2)*

*4. Ambiente político-legal (C1, C2)*

*5. Ambiente cultural (C1, C2)*

*6. Sistemas de informação e os estudos de mercado (C1, C2)*

*7. Segmentação e o posicionamento nos mercados externos (C1, C2)*

*8. Modos de serviço dos mercados externos e o caso particular das importações e exportações (C1, C2)*

*9. Decisões de produto e marca, para os mercados externos (C1, C2)*

*10. Política internacional de preços e de distribuição e as dificuldades inerentes à distribuição internacional (C1, C2)*

*11. Política de comunicação internacional (C1, C2, C3)*

*12. Tendências no marketing internacional e implementação integrada de estratégias de marketing internacional (C3, C4, C5)*

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

*1. Introduction to international marketing (C1, C2)*

*2. The international economic environment (C1, C2)*

*3. The international business environment and the regional economic integration blocks (C1, C2)*

*4. The political-legal environment (C1, C2)*

*5. The cultural environment (C1, C2)*

*6. The information systems and the market research (C1, C2)*

*7. Segmentation and positioning (C1, C2)*

*8. Services in foreign markets and the particular case of imports and exports (C1, C2)*

*9. Decision-making of product and brand for foreign markets (C1, C2)*

*10. The international price and placement policies, and the difficulties inherent to international distribution (C1, C2)*

*11. The international promotion policy (C1, C2, C3)*

*12. The International marketing trends and implementation of international marketing strategies (C3, C4 and C5)*

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos, Exemplificação e análise de situações reais, Resolução de exercícios e trabalhos, Discussão de ideias, conceitos e problemas)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de trabalhos)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Avaliação contínua*

*1 Teste escrito (T) - mín. 8/20 val. cada)*

*2 Trabalhos (TP) - TP1 e TP2 (mín. 10/20 val. cada)*

*Classificação final (CF): CF= 0,5 (T) + 0,5 (TP1+TP2)*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Classificação final: CF= (E)*

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

**Presential teaching****Theoretical and practical study****Presentation of international marketing concepts and principles****Exemplification of subjects using real marketing cases****Critical analysis, presentation and discussion of business marketing case****Tutorial****Personal guidance sessions and clarification of doubts****Autonomous****Study (Reading of extracts from recommended bibliography; Resolution of recommended marketing case studies)****E-learning (Consulting of data related with the module)****Continuous evaluation:****1 Written exam (WE) – minimum of 8 values/20 values****2 Practical works (PW1 and PW2) - minimum of 10 values/20 values****Final classification: 0.5 WE + 0.5 (PW1 + PW2)****Exam evaluation:****Written Individual Exam (WE)****6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:***Presencial****• Ensino teórico***o Apresentação dos conceitos e princípios de Marketing Internacional – (C1)**o Exemplificação e aplicação a problemas reais – (C1, C2 e C3)***• Ensino teórico-prático***o Resolução de casos estudo – (C2, C4 e C5)**o Análise crítica dos resultados – (C3)***• Ensino prático***o Realização de planos de marketing e relatórios críticos aos assuntos tratados – (C2, C3 e C4)**o Orientação tutorial – (C1, C2, C3, C4 e C5)***Autónoma****• Estudo***o Leitura de excertos de bibliografia recomendada – (C1, C2, C5)**o Resolução de casos estudo recomendados – (C2, C3, C4 e C5)**• E-aprendizagem – (C5)***Recursos***• Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1 e C2)**• Computador e internet – (C1 e C2)***6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.****Presential teaching****Theoretical***• Presentation of international marketing concepts and principles (C1)**• Practical examples (C1, C2 and C3)***Theoretical and practical***• Critical analysis, presentation and discussion of business marketing case (C2, C3, C4 and C5)**• Realization of marketing plans and reports critical (C2, C3 e C4)***Tutorial***• Personal guidance sessions and clarification of doubts (C1, C2, C3, C4 and C5)***Autonomous****• Study***Reading of extracts from recommended bibliography**Resolution of recommended marketing case studies***• E-learning***Consulting of data related with the module***Specific Resources***Classroom with computer, internet, projector and whiteboard.***6.2.1.9. Bibliografia principal:***Keegan, W. (2005). Marketing Global. Pearson/Prentice Hall.**Hofstede, G. (2003). Cultura e organizações: compreender a nossa programação mental. Sílabo*

*Cateora, P. & Pervez, G. (2010. International marketing. European edition. McGraw Hill.*

## Mapa IX - Distribuição e Merchandising

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Distribuição e Merchandising*

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

*Ana Catarina Cadima Lisboa (sem carga letiva na UC este ano letivo)*

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

*Luís Manuel Paredes Pinheiro*

*Aulas teórico-práticas: Uma turma de 4 horas/semana em regime diurno (64 horas de contato: 60h teórico-práticas+4horas de orientação tutorial distribuídas ao longo do segundo semestre)*

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

*Luís Manuel Paredes Pinheiro*

*Lectures: One class group of 4 hours / week in daytime (64 contact hours: 60h theoretical-practical / practical +4 hours of tutorial guidance distributed throughout the second semester)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão – reconhecimento da importância da distribuição no panorama empresarial, nacional e internacional, bem como a sua pertinência generalista. Reconhecer a pertinência do merchandising aliado às políticas de distribuição.*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – identificar os mais variados conceitos relacionados com as políticas de distribuição e merchandising. Interpretar exemplos práticos e teorias clássicas e modernas, explicando tendências.*

*C3. Aplicação – Aplicar sob a forma de relatórios os conhecimentos adquiridos. Demonstrar criticamente as principais conclusões retiradas, identificando novos paradigmas.*

*C4. Análise – Analisar, recorrendo a exemplos práticos, formas de correcção e melhoria. Realizar comparações críticas entre teorias e práticas utilizadas.*

*C5. Síntese – Formular estratégias práticas de melhoria e correcção, construindo um poder de síntese crítico.*

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

*C1. Knowledge and understanding - recognition of the importance of placement in the business landscape, both national and international, as well as their general relevance. Recognize of the relevance of merchandising face to distribution policies.*

*C2. Application of knowledge and understanding - identify a variety of concepts related to placement and merchandising policies. Practical examples, interpretation of classical and modern theories, and explanation of trends.*

*C3. Application – Apply, in the form of reports, all issues learned. Demonstrate critically the main conclusions, identifying new paradigms.*

*C4. Analysis - Analyze, using practical examples, forms of correction and improvement. Make critical comparisons between theories and practices used.*

*C5. Summary - Formulate practical strategies for improvement and correction, building a critical power of synthesis.*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

#### 1. Distribuição

*1.1 Noções de distribuição;*

*1.2 Distribuição como circuito;*

*1.3 Distribuição como canal;*

*1.4 Estratégias de distribuição;*

*1.5 Caracterização/evolução da distribuição no mundo e em Portugal.*

#### 2. Merchandising

*2.1 Definição e objetivos;*

*2.2 Gestão do espaço;*

*2.3 Gestão do sortido;*

*2.4 Gestão do linear;*

*2.5 Tendências.*

### 6.2.1.5. Syllabus:

#### 1. Placement

*1.1 Notions of placement;*

*1.2 The placement as a circuit;*

*1.3 The placement as a channel;*

- 1.4 Placement's strategies;
- 1.5 Characterization / evolution of the distribution in the world and in Portugal.
- 2. Merchandising
- 2.1 Definitions and aims;
- 2.2 Space management;
- 2.3 Offers management;
- 2.4 Linear management;
- 2.5 Trends.

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

- 1. Distribuição
  - 1.1 Noções de distribuição (C1;C2);
  - 1.2 Distribuição como circuito (C2; C3; C4; C5);
  - 1.3 Distribuição como canal (C2; C3; C4; C5);
  - 1.4 Estratégias de distribuição (C2; C3; C4; C5);
  - 1.5 Caracterização/evolução da distribuição no mundo e em Portugal (C2; C3; C4; C5).
- 2. Merchandising
  - 2.1. Definição e objetivos (C1;C2);
  - 2.2 Gestão do espaço (C2; C3 C4; C5);
  - 2.3 Gestão do sortido (C2; C3 C4; C5);
  - 2.4 Gestão do linear (C2; C3 C4; C5);
  - 2.5 Tendências (C2; C3 C4; C5).

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

*The syllabus taught contributes to the general competencies set out to curricular units as follows:*

- 1. Placement
  - 1.1 Notions of placement (C1;C2);
  - 1.2 The placement as a circuit (C2; C3; C4; C5);
  - 1.3 The placement as a channel (C2; C3; C4; C5);
  - 1.4 Placement's strategies (C2; C3; C4; C5);
  - 1.5 Characterization / evolution of the distribution in the world and in Portugal (C2; C3; C4; C5).
- 2. Merchandising
  - 2.1 Definitions and aims (C1;C2);
  - 2.2 Space management (C2; C3 C4; C5);
  - 2.3 Offers management (C2; C3 C4; C5);
  - 2.4 Linear management (C2; C3 C4; C5);
  - 2.5 Trends (C2; C3 C4; C5).

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

*Presencial*

*Ensino TP dos principais conceitos utilizados na disciplina com exemplificação.*

*Ensino TP com base em relatórios. Apresentação de casos para resolução prática em aula.*

*Orientação tutorial para esclarecimento de dúvidas.*

*Autónoma*

*Leituras recomendadas com base em bibliografia e suporte moodle.*

*Avaliação contínua*

*Trabalhos e frequências.*

*Distribuição: 3 trabalhos práticos, cuja média tem uma ponderação de 25%, devendo cada um ter uma nota mínima de 10 valores. A frequência, um teste escrito sem consulta, tem uma ponderação de 25% com nota mínima de 8 valores.*

*Merchandising: trabalho prático com ponderação de 25% e com nota mínima de 10 valores. A frequência segue os mesmos parâmetros que a de distribuição.*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*1) Teste escrito individual sem consulta. Ponderação de 100%;*

*2) 40% da nota final do segundo trabalho prático + 60% Exame - teste escrito, sem consulta e individual.*

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

*Theoretical-practical teaching of main concepts, with examples.*

*Theoretical-practical teaching based on practical reports.*

*Tutorial to doubts.*

*Autonomous*

*Recommended readings based on bibliography and moodle support.*

**Continuous evaluation**

*Placement: 3 practical works with a weight (average) of 25%, in which each has a minimum of 10 values. The test, written and without consultation, has a weight of 25% and the minimum score is 8 values.*

*Merchandising: 1 practical work only that has a weight (average) of 25% and a minimum score of 10 values. The test, written and without consultation, has a weight of 25% and the minimum score is 8 values.*

**Exam (Normal, Second exam; Special exam)**

*The normal exam has two alternatives: 1) Individual written test without consultation. Weight of 100%; 2) 40% of the final score of the second practical work+60% of the exam – individual written test without consultation.*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

**Presencial**• **Ensino teórico**

*o Apresentação das principais correntes literárias, conceitos e estratégias subjacentes – (C1)*

*o Eemplificação prática decorrente da literatura e da experiência profissional do docente – (C1, C2 e C3)*

• **Esino teórico-prático**

*o Apresentação e resolução de casos práticos com base em marcas reais – (C2, C3; C4 e C5)*

*o Análise crítica dos resultados – (C3 e C5)*

*o Orientação tutorial – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

**Autónoma**• **Estudo**

*o Leitura de bibliografia especializada – (C1, C2, C5) e suporte moodle (C1, C5)*

**Recursos**

*• Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1 e C2)*

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

*The teaching methods and resources used on curricular units contribute to the general competencies set out to curricular units as follows:*

**Presential**• **Theoretical teaching**

*Presentation of the main literary, concepts, strategies and trends - (C1);*

*Exemplification of practical results from literature and professional experience of the teacher - (C1, C2 and C3);*

• **Theoretical and practical**

*Submission and resolution of case studies based on real brands - (C2, C3, C4 and C5);*

*Critical analysis of the results - (C3 and C5);*

*• Tutorial - (C1, C2, C3, C4 and C5)*

**Autonomous**• **Study**

*Reading the professional literature - (C1, C2, C5) and support moodle (C1, C5)*

**Resources**

*• Classroom with white board and projector - (C1 and C2)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:****I – Distribuição**

*Paixão, J. (2008). Comércio e Distribuição. Lisboa: Edições Ceca.*

*Rousseau, J. (1997). Manual de Distribuição – uma visão global estruturante da moderna distribuição. Lisboa: Biblioteca de Gestão Exame.*

**II- Merchandising**

*Afonso, C. (2000). A arte de mostrar. Lisboa: Edições Ceca;*

*Afonso, C. (2000). Decoração de espaços comerciais. Lisboa: Edições Ceca;*

*Bordone, R. (2000). Merchandising. Lisboa: Edições Ceca.*

**Mapa IX - Comunicação em Marketing****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Comunicação em Marketing*

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

*Ana Catarina Cadima Lisboa; TP: 1 turma de 4 h/semana (total 60 h); OT: 4*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***n.a.***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***n.a.***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Conhecimento– conhecimentos dos meios e técnicas de comunicação**C2. Aplicação de conhecimentos– capacidade em diagnosticar problemas de comunicação; Capacidade em aplicar adequadamente os meios e técnicas de comunicação ao público-alvo e objetivo específico;**C3. Síntese – Capacidade em planear e formular o mix comunicacional de uma empresa**C4. Competências de comunicação – Capacidade em produzir relatórios; Capacidade em apresentar oralmente os resultados do relatório**C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente***6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***C1. Knowledge– knowledge of the communication means and techniques**C2. Knowledge application – ability to diagnose communication problems; ability to properly apply the communication means and techniques to the target group and specific aim;**C3. Synthesis – ability to plan and formulate the communicational mix for a firm**C4. Communication skills – ability to produce reports; ability to orally present the report results**C5. Learning skills – ability to study autonomously***6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***1. A comunicação integrada**2. Gestão e planificação da comunicação**2.1. Gestão e planificação da comunicação**2.2. Objetivos**2.3. Posicionamento**2.4. Público-alvo**2.5. Escolha das variáveis de comunicação**3. Variáveis de comunicação**3.1. Publicidade**3.1.1. Publicidade**3.1.2. Estratégia de meios**3.2. Relações públicas**3.2.1. Relações públicas**3.2.2. Públicos**3.2.3. Clientes**3.2.4. Planificação de uma campanha**3.2.5. Comunicação de crise**3.3. Media Relations**3.4. Patrocínio e mecenato**3.5. Marketing direto**3.6. Eventos**3.7. Merchandising**3.8. Promoção**3.9. Novas**3.9.1. M-Marketing**3.9.2. E-Marketing**3.9.3. Redes sociais**3.9.4. Marketing viral**3.9.5. Marketing de guerrilha**3.9.6. Marketing sensorial**3.9.7. Marketing interativo**4. Estratégia da mensagem**4.1. Efeitos**4.2. Construção da mensagem**4.3. Desenvolvimento da estratégia**5. Estratégia criativa***6.2.1.5. Syllabus:***1. Integrated communication**2. Communication management and planification**2.1. Communication management and planification**2.2. Aims**2.3. Positioning**2.4. Target*

- 2.5. *Choice of communication variables*
- 3. *Communication variables*
- 3.1. *Advertising*
- 3.1.1. *Advertising*
- 3.1.2. *Means strategy*
- 3.2. *Public relations*
- 3.2.1. *Public relations*
- 3.2.2. *Publics*
- 3.2.3. *Clients*
- 3.2.4. *Campaign planification*
- 3.2.5. *Crisis communication*
- 3.3. *Media Relations*
- 3.4. *Sponsorship*
- 3.5. *Direct marketing*
- 3.6. *Events*
- 3.7. *Merchandising*
- 3.8. *Promotions*
- 3.9. *New*
- 3.9.1. *M-Marketing*
- 3.9.2. *E-Marketing*
- 3.9.3. *Social networks*
- 3.9.4. *Viral marketing*
- 3.9.5. *Guerrilla marketing*
- 3.9.6. *Sensorial marketing*
- 3.9.7. *Interactive marketing*
- 4. *Message strategy*
- 4.1. *Effects*
- 4.2. *Message building*
- 4.3. *Strategy development*
- 5. *Creative strategy*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

- 1. *A comunicação integrada (C1, C5)*
- 2. *Gestão e planificação da comunicação*
- 2.1. *Gestão e planificação da comunicação (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 2.2. *Objetivos (C1, C2, C3, C5)*
- 2.3. *Posicionamento (C1, C2, C3, C5)*
- 2.4. *Público-alvo (C1, C2, C3, C5)*
- 2.5. *Escolha das variáveis de comunicação (C1, C2, C3, C5)*
- 3. *Variáveis de comunicação*
- 3.1. *Publicidade (C1, C2, C3, C5)*
- 3.2. *Relações públicas (C1, C2, C3, C5)*
- 3.3. *Media Relations (C1, C2, C3, C5)*
- 3.4. *Patrocínio e mecenato (C1, C2, C3, C5)*
- 3.5. *Marketing direto (C1, C2, C3, C5)*
- 3.6. *Eventos (C1, C2, C3, C5)*
- 3.7. *Merchandising (C1, C2, C3, C5)*
- 3.8. *Promoção (C1, C2, C3, C5)*
- 3.9. *Novas (C1, C2, C3, C5)*
- 4. *Estratégia da mensagem*
- 4.1. *Efeitos (C1, C2, C3, C5)*
- 4.2. *Construção da mensagem (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 4.3. *Desenvolvimento da estratégia (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 5. *Estratégia criativa (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

- 1. *Integrated communication (C1, C5)*
- 2. *Communication management and planification*
- 2.1. *Communication management and planification (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 2.2. *Aims (C1, C2, C3, C5)*
- 2.3. *Positioning (C1, C2, C3, C5)*
- 2.4. *Target (C1, C2, C3, C5)*
- 2.5. *Choice of communication variables (C1, C2, C3, C5)*
- 3. *Communication variables*
- 3.1. *Advertising (C1, C2, C3, C5)*
- 3.2. *Public relations (C1, C2, C3, C5)*
- 3.3. *Media Relations (C1, C2, C3, C5)*
- 3.4. *Sponsorship (C1, C2, C3, C5)*
- 3.5. *Direct marketing (C1, C2, C3, C5)*
- 3.6. *Events (C1, C2, C3, C5)*

- 3.7. *Merchandising* (C1, C2, C3, C5)
- 3.8. *Promotions* (C1, C2, C3, C5)
- 3.9. *New* (C1, C2, C3, C5)
- 4. *Message strategy*
- 4.1. *Effects* (C1, C2, C3, C5)
- 4.2. *Message building* (C1, C2, C3, C4, C5)
- 4.3. *Strategy development* (C1, C2, C3, C4, C5)
- 5. *Creative strategy* (C1, C2, C3, C4, C5)

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos; Exemplificação e aplicação a problemas reais; Apresentação e discussão de casos reais)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Elaboração do trabalho de grupo*

*Avaliação contínua*

*- Trabalho prático (60%) (relatório: 40%/apresentação: 20%)*

*- Frequência (40%)*

*- Nota mínima de 8 valores em todos os pontos*

*- Frequência de 75% de aulas*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*- Exame escrito individual (40%) (nota mínima de 8 valores)*

*- Trabalho prático (60%)*

*Ou*

*Exame escrito individual (100%)*

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

*Presence*

*Theory-practice (Concept presentation; Exemplification and application to real problems; Presentation and discussion of real cases)*

*Tutorial (doubt clarifying sessions)*

*Autonomous*

*Study (reading of the recommended books)*

*E-learning (Material of the CU)*

*Group project*

*Continuous evaluation*

*- Group project (60%) (report: 40%/presentation: 20%)*

*- Written test (40%)*

*- Minimum grade of 8/20 in all the items*

*- Attendance of 75% classes*

*Exam*

*- Written test (40%) (minimum grade of 8/20)*

*- Group project (60%)*

*Or*

*Written test (100%)*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*• Presencial*

*• Ensino teórico-prático*

*o Apresentação dos conceitos (C1)*

*o Exemplificação e aplicação a problemas reais (C1, C2, C3)*

*o Apresentação e discussão de casos reais (C1, C2, C3)*

*• Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas) (C1, C2, C3)*

*• Autónoma*

*• Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada) (C1, C5)*

*• E-aprendizagem (Material relativo à UC) (C5)*

*• Elaboração do trabalho de grupo (C2, C3, C4, C5)*

*Recursos*

*• Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2, C3, C4)*

*• Computador com powerpoint e Windows media player (C1, C2, C3, C4)*

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

*Presence*  
*Theory-practice*  
*Concept presentation (C1)*  
*Exemplification and application to real problems (C1, C2, C3)*  
*Presentation and discussion of real cases (C1, C2, C3)*  
*Tutorial (doubt clarifying sessions) (C1, C2, C3)*  
*Autonomous*  
*Study (reading of the recommended books) (C1, C5)*  
*E-learning (Material of the CU) (C5)*  
*Group project (C2, C3, C4, C5)*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Caetano, Joaquim e Luís Rasquilha (2004), *Gestão da Comunicação*, Lisboa: Quimera Editora
- Caetano, Joaquim e Luís Rasquilha (2007), *Gestão e Planeamento da Comunicação*, Lisboa: Quimera Editora
- Odgen, James (2002), *Comunicação Integrada de Marketing*, São Paulo: Prentice Hall
- *Material didático fornecido pelos docentes*

### Mapa IX - Direito Aplicado ao Marketing

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Direito Aplicado ao Marketing*

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

*Susana Catarina Simões de Almeida (aulas TP: 4h/semana, total 60 h TP; 4 OT durante o semestre)*

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

*n.a.*

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

*n.a.*

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

*C1. Conhecimento e compreensão – dos principais conceitos, princípios, institutos e instrumentos jurídicos referentes a áreas do Direito com implicações no Marketing;*  
*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – interpretar e aplicar corretamente os diplomas legais internos e comunitários que condicionam as decisões em Marketing; subsumir os factos da vida real descritos em casos práticos às previsões das previstas normas legais.*  
*C3. Formulação de juízos – compreender criticamente a razão de ser (ratio legis) de previsões legais neste domínio e de prefigurar as consequências de uma criação de Marketing em contravenção da lei.*  
*C4. Competências de comunicação – Reconhecer as especificidades da linguagem jurídica e compreender e utilizar a terminologia jurídica.*  
*C5. Competências de aprendizagem – investigação e pesquisa do Direito suscetíveis de serem aplicadas noutras matérias, actividades ou disciplinas; Capacidade de estudar autonomamente.*

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

*C1. Knowledge and understanding – knowledge and understanding of the main concepts, principles and legal mechanisms relating to areas of law with implications in Marketing decisions’.*  
*C2. Application of knowledge and understanding – carrying out a correct interpretation and application of internal and European laws that affect Marketing.*  
*C3. Making judgements – critically comprehending the ratio legis of the studied norms and understanding the consequences of a Marketing creation that violates the Law.*  
*C4. Communication abilities – recognize the specificities of the legal language.*  
*C5. Learning abilities – Development of investigations abilities and Law research that can be applied in other activities or disciplines; ability of studying autonomously.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*I – Introdução*

- 1. Objeto do Direito Aplicado ao Marketing*
- 2. Aproximação aos conceitos de Direito e de Marketing.*
- 3. Noções fundamentais de Direito*

*II – Direito do Consumo*

- 1. Introdução*
- 2. Os contratos de consumo*

*III – Regime Jurídico da Publicidade*

- 1. Evolução histórica*
- 2. Regime Jurídico da Publicidade*

- 3. Formas especiais de publicidade
- 4. Contratos de publicidade
- IV – Regulação da Proteção dos Dados Pessoais
  - 1. Normas jurídicas relevantes em matéria de proteção de dados pessoais
  - 2. Os tratamentos de dados pessoais
  - 3. Os dados sensíveis
  - 4. Os fundamentos do tratamento de dados
  - 5. Os princípios fundamentais de tratamento de dados
  - 6. Direitos dos titulares dos dados
  - 7. Segurança do tratamento de dados
  - 8. Confidencialidade
  - 9. CNPD
  - 10. A Internet e o tratamento de dados
- V – Direitos da Propriedade Industrial
  - 1. Noções gerais
  - 2. Firma
  - 3. Logótipo
  - 4. Marca
  - 5. Patente
  - 6. Concorrência Desleal
- VI – Preços, Etiquetagem e Rotulagem

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- Chapter I - Introduction*
- Chapter II – Consumers Rights*
- Chapter III – Advertising Legal Regime*
- Chapter IV – Regulation on Personal Data protection*
- Chapter V - Right of Industrial Property*

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

*Os conteúdos programáticos correspondem às áreas do Direito com implicações na gestão de Marketing (Consumo, Publicidade, Dados Pessoais, Propriedade Industrial e Preços, Rotulagem e Etiquetagem). Assim, pretende-se que se apreendam todos os conceitos relevantes das descritas áreas (C1), que se interpretem os diversos diplomas legais reguladores das mesmas temáticas e se resolvam os casos práticos da vida real apresentados com aplicação das referidas leis (C2, C3). Com o estudo dos diplomas legais, das decisões das entidades competentes nestas áreas do Direito e com a resolução de casos práticos, serão adquiridas as competências C4. Por último, através da consulta de sites de referência, leitura de decisões e materiais didáticos, pretende-se que os alunos adquiram as competências C5.*

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

*The course contents correspond to areas of law with implications for the management of Marketing (Consumer, Advertising, Personal Data, Industrial Property and Prices and Labelling). Thus, we intend that all relevant concepts of the described areas are apprehended (C1), and additionally that the various norms regulating the same issues are correctly interpreted and finally we intend to solve the real-life case studies with the correct application of those norms (C2, C3). With the study of laws, decisions of the competent authorities in these areas of law and the resolution of practical cases, the skills C4 will be acquired. Finally, by consulting internet sites, reading and learning didactical materials and solving case studies, it is intended that students acquire the skills described in C5.*

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

##### *Presencial*

*Aulas TP (Apresentação dos conceitos, princípios e instrumentos legais das diversas áreas do Direito com implicações na gestão de Marketing; resolução de casos práticos).*

*A presença é obrigatória em 75% das aulas para os alunos que se queiram sujeitar à avaliação periódica e que estejam matriculados pela primeira vez na unidade curricular, não sendo aplicável aos Trabalhadores Estudantes.*

*OT (esclarecimento de dúvidas, resolução de exercícios, análise de decisões).*

##### *Autónoma*

*Leitura de material fornecido, consulta de sites recomendados, leitura de decisões e resolução de casos práticos.*

##### *Avaliação contínua*

*2 testes de frequência, a realizar, aproximadamente, a meio e no final do semestre, resultando a classificação da média simples das notas obtidas nos testes, sendo exigida nota mínima de 8 (oito) valores em ambos os testes.*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Exame escrito (100%)*

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

*Theoretical / practice (Presentation of the concepts, principles and legal instruments of the various areas of law with implications for marketing management; resolution of practical cases).*

*Attendance is required in 75% of classes for students who wish to submit to periodic evaluation and are first registered in the course; this regime is not applied to the Student Workers.*

*Tutorial (answering questions, problem solving, decision analysis).*

*Autonomous*

*Reading provided material, consultation of recommended sites, reading decisions and resolution of practical cases.*

*Assessment*

*- 2 written periodic tests (50%+50%)*

*First test to be held approximately in the middle of the semester and the second in the end; final classification will result from the simple average of test scores, and a minimum score of eight (8) values in both tests is required.*

*- 1 final exam (100%)*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

*Estando previstas 60 horas de aulas teórico/práticas, o programa da disciplina pretende ser aplicado e transmitido de uma forma essencialmente prática (C1 e C2). Partindo de uma abordagem teórica inicial, pretende-se colocar o aluno face a exemplos de manifestações práticas de vários normativos sobre a sua atividade concreta (C1, C2, C3 e C4).*

*Orientação tutorial (C1, C2, C3, C4 e C5).*

*Autónoma*

*Leitura de material fornecido, consulta de sites recomendados, leitura de decisões (C1, C2 e C3) e resolução de casos práticos (C4 e C5).*

*Recursos*

- Legislação avulsa nas diversas áreas programáticas*
- Código da Publicidade*
- Código da Propriedade Industrial*

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

*The teaching methods and resources used on UC contribute to the general abilities set out to UC as follows:*

*Classroom teaching*

*Being foreseen 60 hours of practical lessons (theoretical and practical lessons) the program intends to be applied and to be transmitted of an essentially practical form (C1 e C2). Starting with an initial theoretical boarding, it is intended to place the students face examples of practical manifestations of some normative rules on its concrete and creative activity (C1, C2, C3 e C4).*

*Tutorial Orientation (C1, C2, C3, C4 and C5).*

*Autonomous*

*Reading material provided, consultation recommended sites, reading decisions (C1, C2 and C3) and resolution of practical cases (C4 and C5).*

*Resources*

- Legislation in various areas of the program*
- Code of Advertising*
- Industrial Property Code*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- ABREU, Jorge Manuel Coutinho de, Curso de Direito Comercial, Vol. I, Coimbra, Almedina, 2011;*
- ALMEIDA, Carlos Ferreira de, Direito do Consumo, Coimbra, Almedina, 2005;*
- CASTRO, Catarina Sarmento e; Direito da Informática, Privacidade e Dados Pessoais, Coimbra, Almedina, 2005;*
- CHAVES, Rui Moreira, Regime Jurídico da Publicidade, Coimbra, Almedina, 2005;*
- Material didático fornecido pela docente (other study materials provided by the teacher)*

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

*Marketing Industrial*

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

*Alzira Maria Ascensão Marques (sem carga letiva na UC este ano letivo)*

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

*Cátia Claudemira Cordeiro Fernandes Crespo*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 horas/semana (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Cátia Claudemira Cordeiro Fernandes Crespo*

*Theoretical-Practical Classes: 1 class with 4 hours per week (total of 60 hours)*

*Tutorial Orientation: 4 hours in the semester (total of 4 hours)*

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

*C1 – Conhecimento e compreensão – Reconhecer e explicar as diferenças entre mercados B2B e mercados B2C.*

*C2 – Aplicação de conhecimentos e compreensão – Capacidade de aplicar estratégias de marketing-mix adaptadas a empresas B2B.*

*C3 – Análise crítica – Analisar os novos desafios e tendências do marketing B2B.*

*C4 – Síntese e organização dos conhecimentos adquiridos – Capacidade de formular uma estratégia de business plan para um produto industrial.*

*C5 – Formulação de juízos – Avaliar criticamente os resultados e suportar conclusões.*

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

*C1 – Knowledge and understanding – Capacity to recognize and explain the differences between business to business and business to consumer markets.*

*C2 – Knowledge application – Capacity to apply marketing-mix strategies adapted to business to business enterprises.*

*C3- Critical analysis – Capacity to analyze the recent challenges of B2B marketing.*

*C4 – Synthesis and organization of the acquired knowledge - Capacity to formulate a strategic business plan for an industrial product.*

*C5 – Judgment formulation – Capacity to evaluate results and support conclusions.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1.Introdução ao Marketing Industrial: Conceitos Fundamentais e Visão Sistémica*

*1.1. O contexto industrial e o Marketing*

*1.2. Características do Marketing Industrial*

*1.3. Diferenças do Marketing Industrial face ao Marketing de grande consumo*

*1.4. As cadeias industriais e o seu funcionamento*

*1.5. Processo de decisão de compra em Marketing Industrial*

*2. Planeamento Estratégico de Marketing Industrial*

*2.1. Análise económica*

*2.2. A concorrência*

*2.3. Métodos de análise adequados à indústria*

*2.4. Segmentação em mercados industriais*

*2.5. Estabelecimento de mercados-alvo: Targeting*

*2.6. Posicionamento*

*2.7. Marketing e estratégia industrial*

*2.8. Estratégias para produtos industriais*

*3.Formulação de Estratégias de Marketing-Mix Industrial*

*3.1. O Produto*

*3.2. O Preço*

*3.3. A Distribuição*

*3.4. A Comunicação*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1. Introduction to Industrial Marketing.*

*1.1. Marketing and the industrial context*

*1.2. Industrial Marketing characteristics*

*1.3. Differences between B2B and B2C marketing*

*1.4. Industrial supply chain*

*1.5. The buying decision process in industrial marketing*

*2. Industrial marketing strategic planning.*

*2.1. Economic analysis*

*2.2. Concurrence analysis*

*2.3. Marketing research methods adapted to industrial markets*

*2.4. Segmentation*

*2.5. Targeting*

- 2.6. *Positioning*
- 2.7. *Marketing and industrial strategy*
- 2.8. *Strategies for industrial products*
- 3. *Design and formulation of Industrial Marketing-Mix Strategies.*
- 3.1. *Product*
- 3.2. *Price*
- 3.3. *Placement*
- 3.4. *Promotion*

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

*Os conteúdos contribuem para os objetivos estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

- 1. *Introdução ao Marketing Industrial*
- 1.1 *O contexto industrial e o Marketing(C1,C3)*
- 1.2 *Características do Marketing B2B(C1,C3)*
- 1.3 *Diferenças do Marketing B2B face ao B2C (C1,C3)*
- 1.4 *As cadeias industriais e o seu funcionamento(C1,C3)*
- 1.5 *Processo de decisão de compra em Marketing B2B (C1,C3)*
- 2. *Planeamento Estratégico de Marketing Industrial*
- 2.1 *Análise económica(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.2 *A concorrência(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.3 *Métodos de análise adequados à indústria(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.4 *Segmentação em mercados industriais(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.5 *Estabelecimento de mercados-alvo(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.6 *Posicionamento(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.7 *Marketing e estratégia industrial(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.8 *Estratégias para produtos industriais(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 3. *Formulação de Estratégias de Marketing-Mix Industrial*
- 3.1 *Produto(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 3.2 *Preço(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 3.3 *Distribuição(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 3.4 *Comunicação(C1,C2,C3,C4,C5)*

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

*Contents contribute to achieve the CU's objectives as follows:*

- 1. *Introduction to Industrial Marketing.*
- 1.1. *Marketing and the industrial context (C1,C3)*
- 1.2. *Industrial Marketing characteristics (C1,C3)*
- 1.3. *Differences between B2B and B2C marketing (C1,C3)*
- 1.4. *Industrial supply chain (C1,C3)*
- 1.5. *The buying decision process in industrial marketing (C1,C3)*
- 2. *Industrial marketing strategic planning.*
- 2.1. *Economic analysis (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.2. *Concurrence analysis (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.3. *Marketing research methods adapted to industrial markets (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.4. *Segmentation (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.5. *Targeting (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.6. *Positioning (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.7. *Marketing and industrial strategy(C1,C2,C3,C4,C5)*
- 2.8. *Strategies for industrial products (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 3. *Design and formulation of Industrial Marketing-Mix Strategies.*
- 3.1. *Product (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 3.2. *Price (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 3.3. *Placement (C1,C2,C3,C4,C5)*
- 3.4. *Promotion (C1,C2,C3,C4,C5)*

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

- *Aulas teórico-práticas:*

- o *Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos na abordagem dos conteúdos programáticos*
- o *Resolução de case-studies e exercícios como suporte de aprendizagem aos conceitos teóricos*

*apresentados*

- o *Relevância da participação, da análise de casos e da resolução de exercícios desenvolvidos em aula*

- *Orientação tutorial: esclarecimento de dúvidas*

*Autónoma*

- *Leitura da bibliografia recomendada*

- *Leitura, interpretação e fundamentação de uma análise crítica aos case-studies*

- *Estruturação de duas apresentações orais*

**Avaliação contínua**

- *Frequência (70%-nota mínima 8)*
- *Análise e apresentação em aula de 2 casos práticos (30%)*

**Exame Normal e Recurso:**

- *Exame 100% ou*
- *Exame 70% (nota mínima 8) e análise e apresentação em aula de 2 casos práticos (30%)*

**Exame Especial:**

- *Exame 100%*

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

*Teaching methodologies include the following components:*

**Presential:**

- *Theoretical-practical classes:*
  - o *Expositive methods complemented by several practical examples related to different program topics.*
  - o *Case studies analysis and exercises resolution.*
  - o *Importance of student's participation in the case studies analysis and exercises resolution.*
- *Tutorial orientations: clarification of students' doubts and questions.*

**Autonomous:**

- *Reading of the recommend bibliography.*
- *Reading of the case-studies and development of case studies' critical analyses.*
- *Development of oral presentations.*

**Continuous Evaluation:**

- *Test (70% - 8 as a minimum grade)*
- *Two case studies' oral presentations (30%)*

**Exam:**

- *Exam (100%) or*
- *Exam (70% - 8 as minimum grade) and two case studies' oral presentations (30%)*

**Special Exam:**

- *Exam (100%)*

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

*As metodologias de ensino utilizadas na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

**Presencial**

- *Aulas teórico-práticas:*
  - o *Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos na abordagem dos conteúdos programáticos (C1, C2, C3, C4, C5)*
  - o *Resolução de case-studies e exercícios como suporte de aprendizagem aos conceitos teóricos apresentados (C1, C2, C3, C4, C5)*
  - o *Relevância da participação, da análise de casos e da resolução de exercícios desenvolvidos em aula (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Orientação tutorial: esclarecimento de dúvidas (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Autónoma**

- *Leitura da bibliografia recomendada (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Leitura, interpretação e fundamentação de uma análise crítica aos case-studies (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Estruturação de uma apresentação oral (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

*The teaching methodologies contribute to achieve the learning outcomes in the following manner:*

**Presential:**

- *Theoretical-practical classes:*
  - o *Expositive methods complemented by several practical examples related to different program topics (C1,C2,C3,C4,C5)*
  - o *Case studies analysis and exercises resolution (C1,C2,C3,C4,C5)*
  - o *Importance of student's participation in the case studies analysis and exercises resolution (C1,C2,C3,C4,C5)*
- *Tutorial orientations*
  - o *Clarification of students' doubts and questions (C1,C2,C3,C4,C5)*

**Autonomous:**

- *Reading of the recommend bibliography (C1,C2,C3,C4,C5)*
- *Reading of the case-studies and development of case studies' critical analyses (C1,C2,C3,C4,C5)*
- *Development of oral presentations (C1,C2,C3,C4,C5)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- *Ford, David, Gadde, Lars-Erik, Hakansson, Hakan & Snehota, Ivan. (2006). The Business Marketing Course: Managing in Complex Networks (2nd Edition), John Wiley & Sons.*
- *Vert, Camille. (1991). Marketing Integrado – Chave da Competitividade Industrial, Monitor.*
- *Anderson, James & Narus, James. (2004). Business Market Management, Prentice Hall.*
- *Webster, Frederick. (1991). Industrial Marketing Strategy, John Wiley & Sons.*

**Mapa IX - Seminário****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Seminário*

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

*Ana Lúcia Marto Sargento (sem carga letiva na UC este ano letivo)*

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

*Márcia Cristina Santos Viegas Sousa*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 2 horas (de tipo seminário) em semanas intercaladas em regime diurno (total 15 horas)*

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

*Marcia Cristina Sousa Santos Viegas*

*Lectures: a class of 2 hours (seminar type) every two weeks, corresponding to a total of 15 hours*

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

- C1. Conhecimento e compreensão – Listar comportamentos e descrever formas corretas de atuação em salões profissionais inseridos na estratégia de marketing de uma empresa ou entidade*
- C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Classificar e relacionar conceitos; identificar formas corretas de atuação num salão/feira; Interpretar os conhecimento adquiridos; identificar estratégias corretas de atuação*
- C3. Formulação de juízos – Aplicar os conceitos e conhecimentos transmitidos utilizando um espírito crítico na aplicação prática dos mesmos numa situação de uma simulação real da participação numa feira/salão*
- C4. Competências de comunicação – Planear e formular a estratégia da participação numa feira/salão; Organizar um dossier de expositor*
- C5. Competências de aprendizagem – Suportar o trabalho a desenvolver adoptando uma atitude crítica face aos conhecimento genéricos transmitidos, adaptando-os a um caso concreto a apresentar.*

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

- C1. Knowledge and understanding - List and describe behaviors correct ways of acting in trade fairs inserted into the marketing strategy of a company or entity*
- C2. Application of knowledge and understanding - Classify and relate concepts, identify correct ways of acting in a trade fair; Interpret the acquired knowledge, to identify the right strategies for action*
- C3. Making judgments - Apply the concepts and knowledge transmitted using a critical spirit in the practical application of such a situation of a real simulation of participation in a trade fair.*
- C4. Communication skills - Plan and formulate the strategy of participation in a trade fair; Organize a file for display.*
- C5. Learning skills - Supporting the work to be done by adopting a critical attitude to the generic knowledge transmitted by adapting them to a real case.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

- 1. Distinção entre os tipos de certames*
- 2. Porquê estar presente num certame*
- 3. Vantagens da participação*
- 4. Dez passos para ter sucesso*
  - 4.1 Marketing mix*
  - 4.2 Definição de objetivos de participação*
  - 4.3 Critérios de seleção de um certame*
  - 4.4 Definição do orçamento*
  - 4.5 Planeamento organizacional*
    - 4.5.1 Calendarizar as atividades*

- 4.5.2 Participação individual ou coletiva
- 4.5.3 Programa
- 4.5.4 Responsável pela participação
- 4.6 Stand
- 4.7 Durante o certame
- 4.7.1 Comunicação
- 4.7.2 Fidelização
- 4.8 Publicidade e relações públicas
- 4.9 Follow-up
- 4.10 Monitorizar o sucesso
- 5. Expor para exportar – vantagens
- 5.1 Cada país a sua comunicação
- 6. Apresentação do trabalho de grupo

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Distinction between the types of exhibitions
- 2. Why to attend a trade fair
- 3. Advantages of the participation on a trade fair
- 4. Ten steps to success
- 4.1 Marketing Mix
- 4.2 Defining the goals of participation
- 4.3 Criteria for selection of an event
- 4.4 Setting the budget
- 4.5 Organizational Planning
- 4.5.1 schedule activities
- 4.5.2 Participation individual or collective
- 4.5.3 Program
- 4.5.4 Responsible for participation
- 4.6 Stand
- 4.7 In the event
- 4.7.1 Communication
- 4.7.2 Loyalty
- 4.8 Advertising and public relations
- 4.9 Follow-up
- 4.10 Monitoring the success
- 5. Expose to export - advantages
- 5.1 Each country its communication
- 6. Presentation of group work

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

- 1. Distinção entre os tipos de certames (C1)
- 2. Porquê estar presente num certame (C2)
- 3. Vantagens da participação (C1, C2, C3, C4, C5)
- 4. Dez passos para ter sucesso (C1, C2, C3, C4)
- 5. Expor para exportar – vantagens (C1, C2, C3, C4)
- 6. Apresentação do trabalho de grupo (C5, C6)

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

*The contents contribute to achieve the objectives designed for the curricular unit in the following manner:*

- 1. Distinction between the types of exhibitions (C1)
- 2. Why to attend a trade fair (C2)
- 3. Advantages of the participation on a trade fair (C1, C2, C3, C4 C6)
- 4. Ten steps to success (C1, C2, C3, C4)
- 5. Expose to export – advantages (C1, C2, C3, C4)
- 6. Presentation of group work (C5, C6)

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

##### *Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos; Exemplificação e aplicação a situações reais; Aplicação a casos práticos; Elaboração de trabalho de grupo)  
Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

##### *Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Aplicação a um caso concreto de uma participação num certame)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)**Avaliação contínua**Obrigatória a presença a 75% das aulas**1 apresentação oral em aula (AO), sobre aplicação dos conhecimentos ministrados – 30% da nota**1 trabalho final escrito (TE) – 70% da nota e nota mínima de 10 valores**Classificação final: CF= 0,30 AO + 0,70\*TE e min: TE >10**O método de avaliação contínua é aplicável às épocas de exame (Normal, Recurso e Especial).***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***The method of learning and assessment is carried out using the following components:**Classroom teaching: Theoretical (Presentation of concepts; Exemplification and application to real life situations); Theoretical and practical (implementation in practical cases; development of group work; Tutorial (Session answering questions)**Autonomous**Study (Reading excerpts of recommended bibliography; Application to a case of a participation in a contest);**E-learning (Material on the CU)**Continuous assessment**Must attend 75% of classes**An oral presentation in class (AO) on application of skills provided - 30% of grade**Writing a final paper (TE) - 70% of grade and a minimum score of 10 points**Final mark: CF = 0.30 + 0.70 \* THE TE and min: TE > 10**Assessment methodology of continuous assessment is also applicable to Examination (Normal, Supplementary and Special)***6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:**Presencial**• Ensino teórico**o Apresentação dos conceitos – (C1)**o Exemplificação e aplicação a situações reais – (C1, C2 e C3)**• Ensino teórico-prático**o Aplicação a casos práticos – (C2, C4 e C5)**o Elaboração de trabalho de grupo – (C2, C3 e C4)**• Orientação tutorial – (C1, C2, C3, C4 e C5)**Autónoma**• Estudo**o Leitura de excertos de bibliografia recomendada – (C1, C2, C5)**o Aplicação a um caso concreto de uma participação num certame – (C2, C3, C4, C5 e C6)**• E-aprendizagem – (C5)**Recursos**• Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1 e C2)***6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.***The teaching methods and resources used on UC contribute to the general powers set out to UC as follows:**Classroom teaching:**• Theoretical**Presentation of concepts - (C1)**the Exemplification and application to real life situations - (C1, C2 and C3)**• Theoretical and practical**Application to practical cases - (C2, C4 and C5)**Preparation of the work group - (C2, C3 and C4)**• Tutorial - (C1, C2, C3, C4 and C5)**autonomous**• Study**Reading excerpts from the recommended reading - (C1, C2, C5)**Application to a case of a participation in an event - (C2, C3, C4, C5 and C6)**• E-learning - (C5)**resources**• Classroom with white board and projector - (C1 and C2)***6.2.1.9. Bibliografia principal:***• Viegas Márcia, Marketing de Feiras - Manual do Expositor – Lisboa: Edições Sílabo, 2000*

- *Material didático fornecido pelo docente (educational material delivered by the teacher)*

## Mapa IX - Estratégia Empresarial

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Estratégia Empresarial*

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

*Manuel Aníbal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira*

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

*Nuno Manuel Rosa dos Reis*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4 h/semana (total 60h)*

*Orientação Tutorial: 4h ao longo do semestre (total 4h)*

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

*Theoretical-practical lectures: 1 class of 4 hours per week (total 60 hours)*

*Tutorial: 4 hours during the semester (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão: conhecimento e compreensão dos conceitos básicos de estratégia;*

*Compreender os desafios que as firmas enfrentam e as opções estratégicas e ações necessárias.*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade de relacionar conceitos; Capacidade de aplicar os instrumentos de análise e decisão para atingir uma vantagem competitiva.*

*C3. Formulação de juízos: capacidade de avaliar as opções estratégicas à disposição da firma e o seu impacto no desempenho das empresas; Capacidade de analisar criticamente casos de estudo.*

*C4. Competências de comunicação: capacidade de utilizar o vocabulário técnico para apresentar conceitos, análises e soluções de casos reais e simulados, bem como a sua razão, oralmente e por escrito.*

*C5. Competências de aprendizagem: capacidade de estudar autonomamente; Capacidade de pensar criticamente e procurar informação sobre problemas e casos de estudo; Capacidade de redigir estudos de caso aplicando conceitos e teorias aprendidos.*

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

*C1. Knowledge and understanding: knowledge and understanding of the basic concepts of strategic management; understanding the challenges firms face and the strategic options and actions required.*

*C2. Applying knowledge and understanding: ability to relate concepts; Ability to understand and apply the usual instruments of analysis and decision making to attain a sustainable competitive advantage.*

*C3. Making judgments: ability to evaluate the strategic options presented to the firm, and their likely impact on firms' performance; Ability to critically analyze case studies.*

*C4. Communication skills: ability to use the technical vocabulary to present concepts, analyses, solutions to real and simulated problems their rationale, both orally and in written form.*

*C5. Learning skills: ability to study independently; Ability to think critically and search for additional information in solving case/problem studies; Ability to develop case study essays applying the concepts and theories learned.*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*1. O que é estratégia*

*2. Processo de gestão estratégica*

*3. Visão, missão, valores e objetivos*

*4. Análise do ambiente externo*

*5. Análise do ambiente interno e a análise SWOT*

*6. Estratégias de negócio e funcionais*

*7. Estratégias corporativas*

*8. Internacionalização e estratégias internacionais*

*9. Tópicos sobre a implementação da estratégia*

### 6.2.1.5. Syllabus:

*1. What is strategy*

*2. Strategic management process*

*3. Vision, mission, values and goals*

*4. Analysis of the external environment*

*5. Analysis of the internal environment and SWOT*

*6. Business and functional strategies*

*7. Corporate strategies*

*8. Internationalization and international strategies*

*9. Topics on strategy implementation*

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

1. *O que é estratégia (C1, C2, C3)*
2. *Processo de gestão estratégica (C1, C2, C3)*
3. *Visão, missão, valores e objetivos (C1, C2, C3)*
4. *Análise do ambiente externo (C1, C2, C3, C4, C5)*
5. *Análise do ambiente interno e a análise SWOT (C1, C2, C3, C4, C5)*
6. *Estratégias de negócio e funcionais (C1, C2, C3, C4, C5)*
7. *Estratégias corporativas (C1, C2, C3, C4, C5)*
8. *Internacionalização e estratégias internacionais (C1, C2, C3, C4, C5)*
9. *Tópicos sobre a implementação da estratégia (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

1. *What is strategy (C1, C2, C3)*
2. *Strategic management process (C1, C2, C3)*
3. *Vision, mission, values and goals (C1, C2, C3)*
4. *Analysis of the external environment (C1, C2, C3, C4, C5)*
5. *Analysis of the internal environment and SWOT (C1, C2, C3, C4, C5)*
6. *Business and functional strategies (C1, C2, C3, C4, C5)*
7. *Corporate strategies (C1, C2, C3, C4, C5)*
8. *Internationalization and international strategies (C1, C2, C3, C4, C5)*
9. *Topics on strategy implementation (C1, C2, C3, C4, C5)*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Presencial**Ensino teórico-prático (Exposição de conceitos de estratégia; Exemplos e casos de situações reais e simuladas)**Orientação tutorial (Acompanhamento do processo de aprendizagem e da redação do estudo de caso final)**Autónoma**Estudo (Leitura da bibliografia recomendada)**Redação de um caso de estudo final em pequenos grupos (seleção do caso, pesquisa de informação, organização, estrutura e escrita do relatório)**Avaliação contínua**Um teste escrito T1 (mín. 8.0 / 20 val.)**Uma apresentação em aula obrigatória do caso de estudo T2**Um caso de estudo escrito obrigatório T3**Nota final = 0,60T1 + 0,05T2 + 0,35T3**Exame (Normal, Recurso e Especial)**Um exame final escrito (100%) ou exame escrito (65%) + caso de estudo escrito (35%)***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***Classes/Contact**Theoretical-practical teaching (Presentation of concepts of strategic management; Examples and cases of real and simulated situations)**Tutorial (Office hours to follow the learning process and the writing of a term case study paper)**Autonomous**Independent study (Readings of the recommended bibliography)**Writing of a term case study paper in small groups (selection of case, searching information, organization, structure and writing of report)**Continuous assessment**One written test T1 (minimum grade 8 out of 20)**One mandatory in class presentation of a case study T2**One mandatory written case study paper T3**Final standings: = 0,60T1 + 0,05T2 + 0,35T3**Exams / Final**One final written exam (100%) or written exam (65%) + written case study paper (35%)***6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***Presencial**Ensino teórico-prático**- Exposição de conceitos de estratégia (C1, C2, C3, C4, C5)**- Exemplos e casos de situações reais e simuladas (C1, C2, C3, C4, C5)**Orientação tutorial (C2, C3, C5)*

**Autónoma****Estudo**

- *Leitura da bibliografia recomendada (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Redação de um caso de estudo final em pequenos grupos (seleção do caso, pesquisa de informação, organização e estrutura do relatório) (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Exemplos e casos de situações reais e simuladas (C2, C3, C4, C5)*

**Recursos**

*Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4, C5)*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.****Contact****Theoretical-practical teaching**

- *Presentation of the concepts of strategic management (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Examples and cases of real and simulated situations (C2, C3, C4, C5)*
- *Tutorial (C2, C3, C5)*

**Autonomous****Independent study**

- *Readings of the recommended bibliography (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Writing of a term case study paper in small groups (selection of case, searching information, organization and structure of report) (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Examples and cases of real and simulated situations (C2, C3, C4, C5)*

**Resources**

*Classroom with white board and projector (C1, C2, C3, C4, C5)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Serra, F., Ferreira, M.P., Torres, A. & Torres, M. (2010). Gestão estratégica: Conceitos e prática. Lisboa: Lidel Ed. Técnicas.*

**Mapa IX - Web Marketing e Comércio Electrónico****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Web Marketing e Comércio Electrónico*

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

*Filipe Jorge Mota Pinto; TP:1 turma 2 h/semana (total 30h); PL:1 turma 2 h/semana (total 30h); OT:2h*

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

*Maria Micaela Esteves*

*Aulas práticas: 1 turma de 2 h/semana (total 30h)*

*Orientação tutorial: 2h distribuídas ao longo do semestre (total 2h)*

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

*Maria Micaela Esteves*

*Practical and laboratory teaching: 2 hours/week (total 30 hours)*

*Tutorial teaching: 2 hours distributed along the semester (total 2 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão: diferentes tipos de ferramentas para o desenvolvimento atividades de comercio eletrónico e de marketing tecnologico*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade em relacionar conceitos, em descrever exemplos práticos de aplicação, em resolver problemas envolvendo casos estudo; capacidade de gerar sinergias em explorar dinamicamente os diferentes canais de comunicacao*

*C3. Formulação de juízos: capacidade em usar um espírito crítico na análise das problemáticas quer no encontro das soluções para otimizacao dos modelos de negocio quer nas acções de marketing digital*

*C4. Competências de comunicação: capacidade de avaliar e explorar os diferentes canais de comunicacao digitais de modo a otimizar os objetivos de comunicacao*

*C5. Competências de aprendizagem: capacidade de persistencia e assertividade na abordagem em novos cenarios. Capacidade de estudo autonomo*

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

*C1. Domain knowledge and skill: available different tools for e-commerce and webmarketing development. Web marketing fundamentals and skills regarding their use for e-commerce support*

*C2. Domain knowledge application: ability to integrate concepts, to describe practical application cases and to solve problems. Ability to dynamically to explore new tools, to propose digital marketing scenarios in order to promote synergies among different channels*

*C3. Critical judgment: ability to use the “critical spirit” to analyze problems and to look forward in order to get the best e-commerce solutions for its optimization through digital marketing actions.*

*C4. communication competences: ability to evaluate the different digital communication channels in order to optimize marketing communication objectives*

*C5. Learning competences: persistency abilities regarding the adoption of new paths and solutions. In order to formulate different scenarios. Ability to learn how to learn*

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

*1. eCommerce: sistemas de negócio sobre a internet*

*1.1 conceitos e definições*

*1.2 tipos e tipologias de comércio eletrónico*

*2. Business intelligence*

*2.1. modelos de negócio eletrónico*

*2.2 atores e sua dinâmica*

*2.3 gestão e automatização de processos*

*3. Gestão e administração de conteúdos*

*3.1 sistemas gestores de conteúdos*

*3.2 exemplos de SGC*

*3.3. aplicação e desenvolvimento prático de um web site com um gestor de conteúdos*

*4. Ferramentas para web marketing*

*4.1 tipos de ferramentas*

*4.2 conceitos e objetivos associados a cada ferramenta*

*5. Otimização da presença na web*

*5.1. otimização de motores de busca*

*5.2. otimização de conteúdos*

*5.3. otimização de endereçamento*

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

*1. eCommerce: business over the web*

*1.1 Concepts and definitions*

*1.2 Electronic commerce types and typologies*

*2. Business intelligence*

*2.1. Different types of electronic commerce*

*2.2 Actors and their dynamics*

*2.3 Process administration and automatization*

*3. Administration and content management systems*

*3.1 content management systems definition*

*3.2 CMS examples*

*3.3. Practical web site development supported by content management system*

*4. Web marketing tools*

*4.1 Different type of tools*

*4.2 Tools: concepts and expected objectives*

*5. Web optimization*

*5.1. Search engine optimization*

*5.2. Content optimization*

*5.3. Link building optimization*

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

*1.eCommerce: sistemas de negócio sobre a internet (C1, C2, C3)*

*2.Business intelligence (C2, C3, C4)*

*3.Gestão e administração de conteúdos (C4, C5)*

*4.Ferramentas para web marketing (C2, C4,C5)*

*5.Otimização da presença na web (C3, C4)*

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

*1.eCommerce: business over the web (C1, C2, C3)*

*2.Business intelligence (C2, C3, C4)*

*3.Administration and content management systems (C4, C5)*

*4.Web marketing tools (C2, C4, C5)*

*5.Web optimization (C3, C4)*

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

*Presencial*

*Ensino teórico-prático*

*Apresentação dos conceitos e princípios de comércio eletrónico e marketing digital;*

*Resolução de casos estudo específicos de comércio eletrónico.*

*Integracao e inter-operacionalizacao das ferramentas de webmarketing em convergencia com as necessidades do comercio electronico*

*Ensino prático e laboratorial (aprendizagem ferramentas de webmarketing, medicao e avaliacao de resultados)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de bibliografia recomendada; visita e exploracao de sitios web recomendados, Resolução de exercicios propostos em casa- estudos caso)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Avaliação contínua*

*10% Desempenho teórico em sala de aula*

*40% - Teste teorico*

*50% - Trabalho pratico (possibilidade de ser realizado em grupo)*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*50% - Teste teorico*

*50% - Teste pratico*

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

*Theoretical-practical teaching*

*Presentation of concepts and techniques of electronic commerce and web marketing*

*E-commerce and web marketing case studies analysis*

*Possible synergies between e-commerce business and web marketing strategy*

*Practical and laboratory teaching*

*Assignments with practical examples of concepts and techniques transmitted in theoretical teaching and also to explore new situations*

*Tutorial teaching (tutorials in small groups to aid the learning process and clarify any doubts)*

*Autonomous*

*Study (Reading of recommended bibliography; visit and exploring recommended websites; resolution of exercises, case studies)*

*E-learning (UC resources)*

*Continuous Evaluation*

*10% - participation and performance in class*

*40% - theoretical test*

*50% - practical work (possible in group)*

*Exam*

*50% - theoretical test*

*50% - practical test*

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

*Presencial*

*Ensino teórico-prático*

*- Apresentação dos conceitos e princípios de comercio electronico e webmarketing (C1)*

*- Explicitacao da convergencia entre necessidades de comercio electronico e webmarketing (C1, C2, C3)*

*- Exemplificação e aplicação a problemas reais, acções de marketing (C2, C3)*

*- Resolução de casos estudo (C2, C4, C5)*

*- Análise crítica dos resultados (C3)*

*Ensino prático*

*- Exercicios para aprendizagem de ferramentas (C2, C3)*

*- Realização de acções de marketing digital com ferramentas de webmarketing (C2, C3, C4)*

*Orientação tutorial (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Autónoma*

*Estudo*

*- Exploracao e leitura de bibliografia e pontos web recomendados (C1, C2, C5)*

*- Realização de exercicios para aprendizagem de ferramentas (C2, C3)*

*- Resolução de casos estudo recomendados (C2, C3, C4, C5)*

*- E-aprendizagem (C5)*

*Recursos*

*Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2)*

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

**Presence****Theoretical-practical teaching**

- Presentation of concepts and techniques of e-commerce and web marketing (C1)
- Explicitation of the convergence between the needs of e-commerce and webmarketing (C1, C2, C3)
- Exemplification and application to real problems (C2, C3)
- Case studies resolution (C2, C4, C5)
- Results Critical analyses (C3)

**Practical and laboratory teaching**

- Exercises to learn the tools (C2, C3)
- Practical exercises covering e-commerce and web marketing (C2, C3, C4)

**Tutorial teaching (C1, C2, C3, C4, C5)****Autonomous**

- Bibliography reading comprehension (C1, C2, C5)
- Recommended case studies resolution (C2, C3, C4, C5)
- E-learning (C5)

**Resources**

classroom with computers and data projector (C1, C2)

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

Cockrum, J. (2011) *Free Marketing: 101 Low and No-Cost Ways to Grow Your Business, Online and Off*. John Wiley & Sons  
 Laudon, K. C. (2011) *E-Commerce 2011 (7th Edition)* Person Resources  
 Miller, M. (2010) *The Ultimate Web Marketing Guide*. QUE Publishing  
 Godin, S. (2007) *The Dip: A Little Book That Teaches You When to Quit (and When to Stick)*. Penguin Group  
 Gerber, M. (2011) *The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It*. Harper Collin

**Mapa IX - Gestão de Marcas****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Gestão de Marcas*

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

*Alcina Teresa Gaspar Ferreira; TP: 1 turma 4h/semana (total 60h); OT: 4h*

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

*n.a.*

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

*n.a.*

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

*C1. Conhecimento e compreensão: conhecer e compreender conceitos, princípios, teorias e ferramentas aplicadas na criação e gestão de marcas;*  
*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade de reconhecer e definir a identidade da marca; Capacidade de definir a missão, posicionamento e valores da marca; Capacidade de escolher e avaliar os sinais da marca; Capacidade de definir os programas de marketing da marca; Capacidade de avaliar diferentes estratégias de marca; Capacidade de medir o valor de uma marca; Capacidade de reconhecer os princípios fundamentais ao nível do direito das marcas;*  
*C3. Formulação de juízos: capacidade em usar um espírito crítico na análise de marcas e da sua gestão;*  
*C4. Competências de comunicação: capacidade de elaborar relatórios escritos; Capacidade de apresentar e discutir oralmente estudos de caso;*  
*C5. Competências de aprendizagem: capacidade de estudar autonomamente.*

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

*C1. Knowledge and understanding: know and understand concepts, principles, theories and tools applied in building and management of brands;*  
*C2. Application of knowledge and understanding: ability to recognize and define brand identity; Ability to define the mission, positioning and brand values; Ability to choose and evaluate brand signs; Ability to design brand marketing programs; Ability to evaluate different brand strategies; Ability to measure brand value; Ability to recognize the fundamental principles of brand law;*  
*C3. Judgment formulation: ability to use a critical spirit in the analysis of brands and their management;*  
*C4. Communication skills: ability to produce written reports; Ability to present and discuss orally case studies;*

*C5.Learning skills: ability to study independently.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1.Conceito e importância da Marca e da Gestão de Marcas*

*1.1 Conceito e funções da marca*

*1.2 Conceito de brand equity*

*2.Identidade da Marca*

*2.1 Conceito e modelos de identidade*

*2.2 Fontes de identidade*

*3.Missão, Posicionamento e Valores da Marca*

*3.1 Missão*

*3.2 Posicionamento*

*3.3 Valores*

*4.Sinais da Marca*

*4.1 Nome*

*4.2 Logotipos e símbolos*

*4.3 Personagens*

*4.4 Slogans*

*4.5 Jingles*

*4.6 Embalagem*

*5.Programas de Marketing da Marca*

*5.1 Estratégia de produtos/serviços*

*5.2 Estratégia de preços*

*5.3 Estratégia de distribuição*

*5.4 Estratégia de comunicação integrada*

*6. Novas Tendências*

*6.1 Brand experience*

*6.2 Emotional branding*

*6.3 Brand communities*

*7.Estratégias de Marca*

*7.1 Arquitetura de marcas*

*7.2 Categorias de marca*

*7.3 Extensão de marca*

*7.4 Co-branding*

*7.5 Licenciamento*

*8.Medição do Valor da Marca*

*8.1 Perspetiva de marketing*

*8.2 Perspetiva financeira e contabilística*

*9.Proteção Legal da Marca*

*9.1 Princípios gerais do regulamento da marca comunitária*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1.Concept and importance of Brand and Brand Management*

*1.1.Concept and functions of brands*

*1.2.Concept of brand equity*

*2.Brand Identity*

*2.1.Concept and identity models*

*2.2.Identity sources*

*3.Mission, positioning and brand values*

*3.1.Brand mission*

*3.2.Brand positioning*

*3.3.Brand values*

*4.Brand Signs*

*4.1.Name*

*4.2.Logos and symbols*

*4.3.Characters*

*4.4.Slogans*

*4.5.Jingles*

*4.6.Packaging*

*5.Brand Marketing Programs*

*5.1.Product/services strategy*

*5.2.Price strategy*

*5.3.Channel strategy*

*5.4.Integrated communication strategy*

*6.New Trends*

*6.1.Brand experience*

*6.2.Emotional branding*

*6.3.Brand communities*

*7.Brand Strategies*

*7.1.Brand architecture*

*7.2.Brand categories*

*7.3.Brand extension*

- 7.4.Co-branding
- 7.5.Licensing
- 8.Measuring Brand Value
- 8.1.Marketing perspective
- 8.2.Financial and accounting perspective
- 9.Brand Legal Protection
- 9.1.General principles of the regulation of community brand

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

- 1.Conceito e importância da Marca e da Gestão de Marcas (C1, C5)
- 2.Identidade da Marca (C1, C2, C3, C4, C5)
- 3.Missão, Posicionamento e Valores da Marca (C1, C2, C3, C4, C5)
- 4.Sinais da Marca (C1, C2, C3, C4, C5)
- 5.Programas de Marketing da Marca (C1, C2, C3, C4, C5)
- 6.Novas Tendências (C1, C2, C3, C4, C5)
- 7.Estratégias de Marca (C1, C2, C3, C4, C5)
- 8.Medição do Valor da Marca (C1, C2, C3, C4, C5)
- 9.Proteção Legal da Marca (C1, C2, C5)

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

- 1.Concept and importance of Brand and Brand Management (C1, C5)
- 2.Brand Identity (C1, C2, C3, C4, C5)
- 3.Mission, positioning and brand values (C1, C2, C3, C4, C5)
- 4.Brand Signs (C1, C2, C3, C4, C5)
- 5.Brand Marketing Programs (C1, C2, C3, C4, C5)
- 6.New Trends (C1, C2, C3, C4, C5)
- 7.Brand Strategies (C1, C2, C3, C4, C5)
- 8.Measuring Brand Value (C1, C2, C3, C4, C5)
- 9.Brand Legal Protection (C1, C2, C5)

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

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos e princípios da Gestão de Marcas; Exemplificação e discussão de casos práticos; Criação e desenvolvimento de novas marcas)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Elaboração do trabalho prático)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Avaliação contínua*

*Obrigatória a presença a 75% das aulas*

*Participação nas aulas PART (avaliada através da apresentação e discussão de trabalhos e casos práticos em grupos de 3/4 elementos nas aulas teórico-práticas)*

*1 trabalho escrito em grupos de 3/4 elementos TRAB*

*1 teste TEST1 (mín. 7,5/20 val. cada)*

*Classificação final: CF= 0,20PART+0,30TRAB+0,50TEST1*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Exame escrito*

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

*Contact*

*Theoretical-practical classes (Presentation of concepts and principles of Brand Management; Exemplification and case study discussion; Build and development of new brands)*

*Tutorial (Sessions of doubts clarification)*

*Autonomous*

*Study (Reading excerpts of recommended bibliography; Elaboration of practical work)*

*E-learning (UC materials)*

*Continuous evaluation*

*Obligation to assist to 75% of classes*

*Class participation PART (evaluated through the presentation and discussion of works and case studies in groups of 3/4 elements in theory-practice classes)*

*1 written work in groups of 3/4 elements WORK*

*1 test TEST1 (min. 7,5/20 val. each)*

*Final classification: FC= 0,20PART+0,30WORK+0,50TEST1*

*Exam (Normal, Recourse and Special)*  
*Written exam*

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

*Presencial*

*Ensino teórico-prático*

- *Apresentação dos conceitos e princípios da Gestão de Marcas (C1, C2)*
- *Exemplificação e discussão de casos práticos (C2, C3, C4)*
- *Criação e desenvolvimento de novas marcas (C1, C2, C4)*

*Orientação tutorial (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Autónoma*

*Estudo*

- *Leitura de excertos de bibliografia recomendada (C1, C2, C5)*
  - *Elaboração do trabalho prático (C2, C3, C4, C5)*
- E-aprendizagem (C5)*

*Recursos*

*Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4)*

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

*Theoretical-practical classes*

- *Presentation of concepts and principles of Brand Management (C1, C2)*
- *Exemplification and case study discussion (C2, C3, C4)*
- *Build and development of new brands (C2, C3, C4)*

*Tutorial (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Autonomous*

*Study*

- *Reading excerpts of recommended bibliography (C1, C2, C5)*
  - *Elaboration of practical works (C2, C3, C4, C5)*
- E-learning (C5)*

*Resources*

*Classroom with whiteboard and data show (C1, C2, C3, C4)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- *Keller, K. (2008). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (International edition, 3ª ed.). New Jersey: Pearson Education.*
- *Keller, K. & Machado, M. (2006). Gestão Estratégica de Marcas. São Paulo: Pearson Prentice Hall.*
- *Materiais de apoio fornecidos pelo docente (Support material provided by the lecturer)*

**Mapa IX - Inovação e Empreendedorismo**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Inovação e Empreendedorismo*

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

*Manuel Aníbal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira*

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

*José Guilherme Leitão Dantas*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma 2 h/semana (total 30h)*

*Orientação tutorial: 4h semestrais (total 4h)*

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

*José Guilherme Leitão Dantas*

*Theoretical-practical lectures: 2 hours per week (total 30 hours)*

*Tutorial: 4 hours during the semester (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão: entender o conceito de empreendedorismo e a sua relevância*

socioeconómica; compreender a importância do plano de negócios para a atividade empreendedora; reconhecer a pertinência das diferentes etapas do processo de desenvolvimento de um projeto; conhecer as diferentes alternativas de financiamento de um novo projeto e a sua adequação às suas diferentes etapas; entender o papel da propriedade intelectual na criação de vantagem competitiva e as suas distintas alternativas.

**C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão:** relacionar conceitos; aplicar as ferramentas apresentadas a situações concretas.

**C3. Formulação de juízos:** analisar criticamente os exemplos apresentados pelo docente e pelos Alunos.

**C4. Competências de comunicação:** apresentar exemplos da experiência pessoal; debater pequenos casos; comunicar os resultados de reflexões em grupo.

**C5. Competências de aprendizagem:** estudar autonomamente e trabalhar em grupo.

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

**C1. Knowledge and understanding:** understand the concept of entrepreneurship and its socio-economic relevance; understand the importance of the business plan for entrepreneurial activity; recognize the relevance of the different stages of the development of a project; learn about the different financing options for a new project and its appropriateness to its different stages; understand the role of intellectual property in creating competitive advantage and its different alternatives.

**C2. Applying knowledge and understanding:** ability to relate concepts and to apply the tools presented in specific situations.

**C3. Making judgments:** ability to critically analyze the examples presented by the teacher and the students.

**C4. Communication skills:** give examples from personal experience; discuss small cases; report the results of group discussions.

**C5. Learning skills:** ability to study independently and to produce group work.

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

##### 1. Introdução

##### 1.1. Conceito de empreendedorismo

##### 1.2. Empreendedorismo por oportunidade e por necessidade

##### 1.3. Relevância socioeconómica do empreendedorismo

##### 1.4. Empreendedorismo versus inovação

##### 1.5. O empreendedorismo no contexto mundial e português

##### 2. O plano de negócios

##### 2.1. Conceito e relevância

##### 2.2. Principais públicos

##### 2.3. Elementos fundamentais

##### 3. A implementação de novos projetos

##### 3.1. Geração de ideias

##### 3.2. Avaliação

##### 3.3. Análise preliminar

##### 3.4. Business case

##### 3.5. Desenvolvimento

##### 3.6. Testes

##### 3.7. Lançamento

##### 3.8. Aprendizagem

##### 4. Financiamento de projetos

##### 4.1. Capitais próprios

##### 4.2. Love money

##### 4.3. Microcrédito

##### 4.4. Crowdfunding

##### 4.5. Capital de risco

##### 4.6. Business angels

##### 4.7. SCR

##### 4.8. Financiamento bancário

##### 4.9. Locação financeira

##### 4.10. Factoring

##### 5. Propriedade intelectual

##### 5.1. O paradoxo

##### 5.2. Patente

##### 5.3. Modelos de utilidade

##### 5.4. Desenhos ou modelos

##### 5.5. Marcas

##### 5.6. Direitos de autor e direitos conexos

##### 6. Considerações finais

#### 6.2.1.5. Syllabus:

##### 1. Introduction

##### 1.1. Concept of entrepreneurship

##### 1.2. Entrepreneurship by opportunity and by necessity

##### 1.3. Socio-economic relevance of entrepreneurship

##### 1.4. Entrepreneurship versus innovation

- 1.5. *Entrepreneurship in the world*
- 2. *The business plan*
  - 2.1. *Concept and relevance*
  - 2.2. *Main publics*
  - 2.3. *Key elements*
- 3. *The implementation of new projects*
  - 3.1. *Generation of ideas*
  - 3.2. *Evaluation*
  - 3.3. *Preliminary Analysis*
  - 3.4. *Business case*
  - 3.5. *Development*
  - 3.6. *Testing*
  - 3.7. *Launching*
  - 3.8. *Learning*
- 4. *Financing projects*
  - 4.1. *Own money*
  - 4.2. *Love Money*
  - 4.3. *Microcredit*
  - 4.4. *Crowdfunding*
  - 4.5. *Venture capital*
  - 4.6. *Bank financing*
  - 4.7. *Leasing*
  - 4.8. *Factoring*
- 5. *Intellectual property*
  - 5.1. *The paradox*
  - 5.2. *Patents*
  - 5.3. *Utility Models*
  - 5.4. *Designs*
  - 5.5. *Brands*
  - 5.6. *Copyrights*
- 6. *Conclusions*

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

- 1. *Introdução (C1, C2, C3)*
- 2. *Plano de negócios (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 3. *Implementação de novos projetos (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 4. *Financiamento de projetos (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 5. *Propriedade intelectual (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 6. *Conclusões (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

- 1. *Introduction (C1, C2, C3)*
- 2. *The business plan (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 3. *The implementation of new projects (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 4. *Financing of projects (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 5. *Intellectual property (C1, C2, C3, C4, C5)*
- 6. *Conclusions (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (apresentação dos conceitos; apresentação de exemplos práticos pelo docente e pelos Alunos e seu debate).*

*Orientação tutorial: esclarecimento de dúvidas.*

*Autónoma*

*Estudo (leitura da bibliografia recomendada; pesquisa de bibliografia e reflexão sobre temas lançados na aula).*

*Avaliação*

*Avaliação periódica*

*- Mini-teste*

*- Teste*

*Classificação final: 0,30a)+0,70b)*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Prova escrita individual (100%)*

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

*Contact:*

*Theoretical-practical (presentation of concepts; presentation of practical examples by the teacher and the*

*students and their discussion).*  
*Tutorial: answering questions.*

**Autonomous:**

*Independent study (reading the recommended bibliography; analysis of literature on topics introduced in the class).*

**Evaluation**

**Periodic assessment:**

- *Mini-test*

- *Test*

*Final rating: 0.30 a) +0.70 b)*

**Final:**

*Individual written exam (100%)*

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

**Presencial**

**Ensino teórico-prático**

- *Apresentação dos conceitos (C1, C2)*

- *Apresentação de exemplos de situações reais (C1, C2, C3)*

- *Apresentação de exemplos práticos pelo docente e pelos Alunos e seu debate (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Orientação tutorial: esclarecimento de dúvidas (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Autónoma**

- *Leitura da bibliografia recomendada (C1, C2, C3, C4, C5)*

- *Pesquisa de bibliografia e reflexão sobre temas lançados na aula (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Recursos**

*Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2)*

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

**Contact:**

• *Theoretical-practical*

- *Presentation of concepts (C1, C2)*

- *Presentation of examples of real situations (C1, C2, C3)*

- *Presentation of practical examples by the teacher and the students and their discussion (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Tutorial: answering questions (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Autonomous:**

*Independent study (reading the recommended bibliography; analysis of literature on topics introduced in class) (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Resources**

*Classroom with whiteboard and projector (C1, C2)*

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

- *Dantas, J. & Moreira, A. (2011). O Processo de Inovação. Lisboa: Lidel.*

- *Ferreira, M., Santos, J. & Serra, F. (2008). Ser Empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa. Lisboa: Editora Sílabo.*

- *Projecto Jovem Pro-Empreendedor (2011). Guia Prático Como criar uma Empresa -Elaboração do Plano de Negócios. Consultado em 2 de Setembro de 2011, em ANJE:*

*<http://jovemprompreendedor.com/media/guiapraticocomoelaborarumplanodenegocios.pdf>*

### **Mapa IX - Comunicação Visual e Design Gráfico**

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

*Comunicação Visual e Design Gráfico*

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

*Susana Cristina Serrano Fernandes Rodrigues*

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

*Alexandrino José Marques Gonçalves*

*Ensino Teórico-Prático: 1 turma, 4h/semana (total 60h)*

*Orientação tutorial: 4h distribuídas ao longo do semestre (total 4h)*

*Joana Madeira Martins Costa*

*Ensino Teórico-Prático: 1 turma, 4h/semana (total 60h)*

*Orientação tutorial: 4h distribuídas ao longo do semestre (total 4h)*

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

*Alexandrino José Marques Gonçalves*

*Theoretical-practical: 4 hours / week (total 60 hours)*

*Tutorial orientation: 4 hours hours distributed throughout the semester (total 4 hours)*

*Joana Madeira Martins Costa*

*Theoretical-practical: 1 class of 4 hours / week (total 60 hours)*

*Tutorial orientation: 4 hours hours distributed throughout the semester (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento: percepção dos conceitos gerais sobre comunicação gráfica e visual.*

*C2. Compreensão: domínio dos conceitos e terminologias relacionados com a Teoria da Cor.*

*C3. Aplicação: capacidades de interpretação das formas visuais, desenvolvimento e aplicação de conceitos e regras de composição gráfica.*

*C4. Análise: capacidade de executar edição e manipulação digital na aplicação Adobe Photoshop.*

*C5. Síntese: capacidade de produzir um manual de identidade corporativa composto por livro de estilos e estacionário.*

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

*C1. Knowledge: perception of general concepts and visual graphic communication.*

*C2. Understanding: mastery of concepts and terminology related to the Theory of Color*

*C3. Application: Capability to interpret visual forms, to develop and apply concepts and rules of graphic composition.*

*C4. Analysis: ability to edit digital content using Adobe Photoshop software.*

*C5. Synthesis: ability to produce a corporate identity manual.*

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

*1. Forma visual / Cor*

*1.1 Comunicação Visual e percepção*

*1.2 Teoria de Gestalt*

*1.3 Princípios de Gestalt aplicados ao Design*

*1.4 Cor*

*1.5 Modelos de cor*

*1.6 Propriedades da cor*

*1.7 Simbolismo da cor*

*1.8 Escolha de cor em meio gráfico*

*2. Tipografia e regras tipográficas*

*2.1 Tipografia versus tipologia*

*2.2 Regras tipográficas*

*2.3 Estilo dos tipos*

*2.4 Tipografia com serif / sem serif*

*2.5 Características e condicionantes da tipografia*

*2.6 Padrões para a web*

*3. Composição visual*

*3.1 Manipulação digital de fotografias*

*3.2 Manipulação digital de texto*

*3.3 Manipulação digital de forma*

*3.4 Manipulação digital de objetos*

*4. Logótipo / Marca*

*4.1 Notoriedade da marca*

*4.2 Logomarca*

*4.3 Logótipo*

*4.4 História dos logótipos*

*4.5 Grafismo dos logótipos*

*5. Edição e produção digital*

*5.1 Estacionário*

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

*1. Visual form / color*

*1.1. Visual Communication and perception*

*1.2. Gestalt Theory*

*1.3. Gestalt principles applied to the Design*

*1.4. Color*

- 1.5. Color models
- 1.6. Color Properties
- 1.7. Color symbolism
- 1.8. Color selection in visual communication
- 2. Typography and typographic rules
- 2.1 Typography versus typology
- 2.2 Typographical rules
- 2.3 Font styles
- 2.4 Sans-serif and serif fonts
- 2.5 Characteristics and constraints of typography
- 2.6 Font standards for the web
- 3. Visual composition
- 3.1 Digital photo manipulation
- 3.3 Digital text manipulation
- 3.3 Digital forms manipulation
- 3.4 Digital objects manipulation
- 4. Logo / Brand
- 4.1 Status of a brand
- 4.2 Brand logo
- 4.3 Logo
- 4.4 History of logos
- 4.5 Logos design
- 5. Digital editing and production
- 5.1 Stationary

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

- 1. Forma visual / Cor (C1, C2, C3)
- 2. Tipografia e regras tipográficas (C1, C3)
- 3. Composição visual (C4)
- 4. Logótipo / Marca (C4, C5)
- 5. Edição e produção digital (C4, C5)

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

- 1. Visual form / color (C1, C2, C3)
- 2. Typography and typographic rules (C1, C3)
- 3. Visual composition (C4)
- 4. Logo / Brand (C4, C5)
- 5. Digital editing and production (C4, C5)

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

*Ensino Teórico-Prático (TP) (Apresentação dos conceitos e ferramentas, Exemplificação e aplicação dos conceitos e ferramentas, Realização de exercícios práticos dos conceitos e princípios teóricos, Desenvolvimento acompanhado de um projeto)*

*Orientação tutorial (OT): Sessões de orientação pessoal, em pequenos grupos para conduzir o processo de aprendizagem e esclarecimento de dúvidas*

**Autónoma**

**Estudo**

- Leitura dos apontamentos teóricos e excertos de bibliografia recomendada pela unidade curricular
- Resolução dos exercícios práticos recomendados pela unidade curricular

**Projeto**

- Desenvolvimento autónomo de um projeto com vista à produção da identidade corporativa de uma empresa

**Avaliação:**

**Contínua**

*Frequência: 35%, mínimo 8,0 valores*

*Projeto (em grupos de 2 estudantes): 50%, mínimo 9,5 valores*

*Avaliação contínua: 15%*

*Obrigatória a presença a 75% das aulas*

**Exame (Normal, Recurso e Especial)**

*Exame: 40%, mínimo 8,0 valores*

*Projeto: 60%, mínimo 9,5 valores*

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

*Theoretical-practical teaching in classroom:*

- Concepts presentation and discussion.
- Solving practical exercises that correspond to the resolution of typical problems of graphic design.
- Recommended and complementary practical exercises.

*Tutorial orientation (Personal coaching sessions in small groups to conduct the learning process)*

**Autonomous**

**Study**

- Reading of the theoretical resources and recommended bibliography
- Resolution of the practical exercises

**Project**

- Development of a project of a firm corporate identity

**Specific resources**

**Classroom with whiteboard e projetor**

**Informatics Labs**

**Assessment:**

**Continuous assessment**

**Written test: 35%, 8,0 minimum**

**Project: 50%, 9,5 minimum**

**Continuous assessment: 15%**

**Mandatory the presence to 75% of classes (only for students without student employee status).**

**Final assessment**

**Exam: 40%, 8,0 minimum**

**Project: 60%, 9,5 minimum**

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

**Ensino Teórico-Prático**

- Apresentação dos conceitos e princípios teóricos (C1, C2)
- Exemplificação e aplicação dos conceitos e princípios teóricos (C1, C2, C3)
- Apresentação e exemplificação de ferramentas de edição digital (C4)
- Realização de exercícios práticos dos conceitos e princípios teóricos (C3, C4)
- Desenvolvimento acompanhado de um projeto com vista à produção da identidade corporativa de uma empresa (C5)

**Orientação tutorial: Sessões de orientação pessoal, em pequenos grupos para conduzir o processo de aprendizagem e esclarecimento de dúvidas (C1, C2, C3, C4, C5)**

**Autónoma**

**Estudo**

- Leitura dos apontamentos teóricos fornecidos pelo docente e excertos de bibliografia recomendada pela unidade curricular (C1, C2)
- Resolução dos exercícios práticos recomendados pela unidade curricular (C3, C4)

**Projeto**

- Desenvolvimento autónomo de um projeto com vista à produção da identidade corporativa de uma empresa (C5)

**Recursos**

- Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3)
- Laboratório com equipamentos informáticos adequados à realização dos exercícios práticos (C4, C5)

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

**Theoretical-practical teaching in classroom**

- Concepts and theoretical principles presentation (C1, C2).
- Theoretical concepts and principles exemplification and application (C1, C2, C3).
- Digital editing tools presentation (C4).
- Practical exercises solving (C3, C4).
- Corporate identity manual project development (C5).

**Tutorial orientation: Personal coaching sessions in small groups to conduct the learning process (C1, C2, C3, C4, C5).**

**Autonomous**

**Study**

- Reading of the theoretical resources and recommended bibliography (C1, C2)
- Resolution of the practical exercises (C3, C4)

**Project**

- Development of a project of a firm corporate identity (C5)

**Resources**

- Classroom with whiteboard e projetor (C1, C2, C3)

- *Informatics Labs (C4, C5)*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Apontamentos fornecidos pelo docente (teacher notes).*
- *Pedrosa, I. Da Cor à Cor Inexistente, Senac, 2009.*
- *Joly, M. Introdução à Análise da Imagem, Edições 70, 2008*
- *Berger, J. Modos de ver, Edições 70, 2006*
- *Arnheim, R. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora, Livraria Pioneira. 1998.*
- *Ferrand, M. e Bicker, J. A forma das letras, Almedina. 2000.*

### Mapa IX - Estratégia de Marketing

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Estratégia de Marketing*

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

*Susana Cristina Serrano Fernandes Rodrigues*

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

*Florinda Maria Carreira Neto Matos*

*Aulas Teórico-Práticas: 1 turma de 4 h/semana (total 60h)*

*Orientação tutorial: 4h distribuídas ao longo do semestre (total 4h)*

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

*Florinda Maria Carreira Neto Matos*

*Theoretical-Practical: a class of 4 hours / week (total 60 hours)*

*Tutorial: 4 hours distributed throughout the semester (total 5 hours)*

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

- C1. Conhecimento e compreensão: proporcionar aos alunos conhecimentos e competências que lhes permitam elaborar uma estratégia de marketing.*
- C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade em relacionar conceitos; Capacidade em resolver casos práticos; Capacidade em utilizar instrumentos da estratégia de marketing para criar valor para as organizações*
- C3. Formulação de juízos: capacidade em usar o espírito crítico no controle e avaliação dos resultados de um Plano de Estratégia de Marketing.*
- C4. Competências de comunicação: capacidade de comunicar com diferentes públicos-alvo.*
- C5. Competências de aprendizagem: capacidade em estudar autonomamente e de desenvolver trabalhos em equipa.*

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

- C1. Knowledge and understanding: to provide students with knowledge and skills to develop a marketing strategy.*
- C2. Application of knowledge and understanding: ability to relate concepts; Ability to solve practical cases; Ability to use tools of the marketing strategy to create value for organizations*
- C3. Making judgments: ability to use good judgment in controlling and evaluating the results of a Marketing Strategy Plan.*
- C4. Communication skills: ability to communicate with different audiences.*
- C5. Learning skills: ability to study independently and to develop team work.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. A estratégia de marketing*
- 2. A análise estratégica de marketing*
- 3. O estudo de mercado para testar o produto/serviço*
- 4. A formulação da estratégia de marketing*
- 5. A calendarização da formulação estratégica*
- 6. A implementação da estratégia de marketing*
- 7. A avaliação e controlo da estratégia de marketing*
- 8. A mudança estratégica no marketing*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. The marketing strategy*
- 2. The strategic analysis Marketing*
- 3. The market study to test the product / service*
- 4. The formulation of marketing strategy*
- 5. The scheduling of the strategy formulation*

6. *The implementation of marketing strategy*
7. *The evaluation and control of marketing strategy*
8. *The Strategic change in marketing*

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

1. *A estratégia de marketing (C1, C2, C3, C4; C5)*
2. *A análise estratégica de marketing (C1, C2, C3, C4; C5)*
3. *O estudo de mercado para testar o produto/serviço (C1, C2, C3, C4; C5)*
4. *A formulação da estratégia de marketing (C1, C2, C3, C4; C5)*
5. *A calendarização da formulação estratégica (C1, C2, C3, C4; C5)*
6. *A implementação da estratégia de marketing (C1, C2, C3, C4; C5)*
7. *A avaliação e controlo da estratégia de marketing (C1, C3)*
8. *A mudança estratégica no marketing (C1, C2, C3, C4; C5):*

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

1. *The marketing strategy (C1, C2, C3, C4, C5)*
2. *The strategic analysis Marketing (C1, C2, C3, C4, C5)*
3. *The market study to test the product / service (C1, C2, C3, C4, C5)*
4. *The formulation of marketing strategy (C1, C2, C3, C4, C5)*
5. *The scheduling of the strategy formulation (C1, C2, C3, C4, C5)*
6. *The implementation of marketing strategy (C1, C2, C3, C4, C5)*
7. *The evaluation and control of marketing strategy (C1,C3)*
8. *The Strategic change in marketing (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

*Presencial*

*Aulas Teórico-Práticas (TP) para apresentação e exemplificação da matéria.*

*Serão utilizados meios audiovisuais.*

*Nas aulas TP serão apresentados e discutidos estudos de caso, serão também orientados os grupos de trabalho.*

*As aulas de tutoria serão utilizadas para esclarecer dúvidas dos trabalhos de grupo.*

*Nas últimas aulas do semestre, os alunos deverão apresentar e discutir os trabalhos de grupo.*

*Autónoma*

*Os alunos deverão desenvolver estudo autónomo ao nível das pesquisas bibliográficas e contactos com empresas para a preparação dos trabalhos de grupo.*

*Avaliação contínua*

*Trabalho de grupo (TG) - (nota mínima 10 valores) – 60%*

*Apresentação oral e discussão do trabalho de grupo (AO) – 15%*

*Um teste de avaliação (TA) – 25%*

*Classificação final: CF= 0,60TG + 0,15 AO + 0,25 TA*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*Exame Escrito Individual - 100%. Nota Mínima para aprovar à UC:10 valores*

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

*Theoretical-practical classes (TP) for presentation and exemplification of the matter.*

*Audiovisual media will be used.*

*In TP classes will be presented and discussed case studies and will be oriented working groups.*

*Tutorial sessions will be used to answer questions of the work group.*

*In the last classes of the semester, students will present and discuss the work group.*

*Students should develop self-study at the level of literature searches and contacts with companies for the preparation of work group.*

*Assessment:*

*Continuous*

*Work Group (WG) (Minimum grade 10 marks) - 60%*

*Presentation and discussion of Work Group (PWG) – 15%*

*Individual written examination (WE) - 25%*

*Total = 0,60 WG + 0,15 PWG + 0,25 WE*

*Final*

*Individual written examination - 100% (Minimum grade 10 marks)*

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

*Presencial*

**Ensino teórico-prático:**

- Apresentação dos conceitos, princípios e metodologias associados à estratégia de marketing. (C1, C2, C3, C4)
- Exemplificação e aplicação a casos reais. (C1, C2, C3, C4)
- Análise crítica, apresentação e discussão de casos de estudo. (C1, C2, C3, C4)

**Orientação tutorial:**

- Sessões de esclarecimento de dúvidas (C1, C2, C3, C5)
- Orientação de trabalhos de grupo (C1, C2, C3, C4, C5)
- Acompanhamento personalizado da evolução da aprendizagem/conhecimentos dos estudantes. (C1, C2, C3, C4, C5)

**Autónoma****Estudo**

- Leitura de excertos de bibliografia recomendada (C1, C2, C3, C4 e C5);
- Resolução dos casos de estudo recomendados (C1, C2, C3, C4 e C5)
- E-aprendizagem: Consulta de material relativo à unidade curricular; (C1, C2, C3, C4, C5) e pesquisa na internet de exemplos que ilustrem a matéria (C1, C2, C3, C4, C5)

**Recursos**

- Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4, C5)
- Gabinete (C2, C3)

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.****Presence****Theoretical and practical:**

- Presentation of concepts, principles and methodologies associated with the marketing strategy. (C1, C2, C3 and C4)
- Exemplification and application to real cases. (C1, C2, C3 and C4)
- Critical analysis, presentation and discussion of case studies. (C1, C2, C3 and C4)

**Tutorial:**

- Information sessions for questions (C1, C2, C3 and C5)
- Guidance for group work. (C1, C2, C3, C4 and C5)
- Monitoring the development of personalized learning / knowledge of students. (C1, C2, C3, C4 and C5)

**Autonomous****Study**

- Read excerpts from recommended bibliography (C1, C2, C3, C4, C5)
- Resolution of the study cases recommended (C1, C2, C3, C4, C5)
- E-learning: Analysis of curricular unit material (C1, C2, C3, C4, C5) and Search the Internet for examples of curricular unit material (C1, C2, C3, C4, C5)

**Resources**

- Classroom with white board and projector (C1, C2, C3, C4, C5)
- Office (C2, C3)

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. & Ferrell, O. (2006). *Marketing Concepts and Strategies*, Houghton Mifflin, USA.
- Lambin, J. (2000). *Marketing Estratégico*, 4ª edição, McGraw-Hill de Portugal.

**Mapa IX - Gestão de Operações****6.2.1.1. Unidade curricular:***Gestão de Operações***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Carlos Manuel Gomes da Silva***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Pedro Manuel Rodrigues Carreira**Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4h /semana (total 60h)**Orientação tutorial: 4h distribuídas ao longo do semestre (total 4)***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Pedro Manuel Rodrigues Carreira**Theoretical-practical: 1 class of 4 hours / week (60 hours total)**Tutorial: 4 hours distributed throughout the semester (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento: Conhecer o conceito de eficiência na empresa; o papel da gestão de operações na empresa; metodologias de resolução de problemas de gestão de operações.*

*C2. Compreensão: Compreender os processos de Simulação, de escalonamento de operações, localização de instalações, de planeamento e controlo de projetos, de planeamento de necessidades de materiais, de utilização de curvas de aprendizagem, básicos de filas de espera e de previsão de variáveis.*

*C3. Aplicação: Aplicar métodos de simulação, de escalonamento, de localização de instalações, de planeamento e controlo de projetos, de planeamento de necessidades de materiais, de utilização de curvas de aprendizagem, básicos de filas de espera e de previsão de variáveis*

*C4. Análise: Distinguir contextos de aplicação dos métodos estudados; Analisar economicamente as soluções propostas*

*C5. Síntese: Elaborar propostas de processos de resolução sistemáticos*

*C6. Avaliação: Avaliar a eficiência induzida pelos processos de resolução*

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

*C1. Knowledge: to know the concept of efficiency; To know the role of operations management; To know methods of solving problems in operations management domain.*

*C2. Comprehension: to understand the processes of simulation, of scheduling of operations, of location of facilities, of planning and control of projects, of materials requirements planning, of using learning curves, basic queuing models and forecasting.*

*C3. Application: to apply methods of simulation, scheduling, location of facilities, planning and control of projects, materials requirements planning, of using learning curves, basic queuing and forecasting.*

*C4. Analysis: to distinguish contexts of application of the methods studied; To analyze economically the proposed solutions.*

*C5. Summary: to develop proposals for systematic resolution processes for the different areas of the company.*

*C6. Evaluation: to evaluate, in the context of problems, the more or less efficiency induced by the proposed resolution processes.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1. Introdução à Gestão de Operações*

*2. Simulação*

*3. Escalonamento de Operações*

*4. Localização de Instalações*

*5. Planeamento e controlo de projectos*

*6. Planeamento de necessidades de materiais*

*7. Curvas de Aprendizagem*

*8. Filas de Espera*

*9. Tema livre: Métodos de Previsão*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1. Introduction to Operations Management*

*2. Simulation*

*3. Scheduling Operations*

*4. Location of Facilities*

*5. Planning and control of projects*

*6. Material requirements planning*

*7. Learning Curves*

*8. Queuing theory*

*9. Free Theme: Forecasting Methods*

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

*1. Introdução à Gestão de Operações (C1)*

*2. Simulação (C2, C3, C4, C5, C6)*

*3. Escalonamento de Operações (C2, C3, C4, C5, C6)*

*4. Localização de Instalações (C2, C3, C4, C5, C6)*

*5. Planeamento e controlo de projectos (C2, C3, C4, C5, C6)*

*6. Planeamento de necessidades de materiais (C2, C3, C4, C5, C6)*

*7. Curvas de Aprendizagem (C2, C3, C4, C5, C6)*

*8. Filas de Espera (C2, C3, C4, C5, C6)*

*9. Tema livre: Métodos de Previsão (C2, C3, C4, C5, C6)*

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

*1. Introduction to Operations Management (C1)*

*2. Simulation (C2, C3, C4, C5, C6)*

*3. Scheduling Operations (C2, C3, C4, C5, C6)*

*4. Location of Facilities (C2, C3, C4, C5, C6)*

*5. Planning and control of projects (C2, C3, C4, C5, C6)*

*6. Material requirements planning (C2, C3, C4, C5, C6)*

- 7. Learning Curves (C2, C3, C4, C5, C6)
- 8. Queuing theory (C2, C3, C4, C5, C6)
- 9. Free Theme: Forecasting Methods (C2, C3, C4, C5, C6)

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

##### *Presencial*

*Ensino teórico-prático: apresentação dos casos de estudo, conceitos teóricos e metodologias de resolução dos problemas, combinada e articulada com a aplicação dos conhecimentos em problemas específicos e de contexto empresarial. Na aplicação dos conhecimentos é estimulada, sempre que possível, o trabalho em pequenos grupos.*

*Orientação tutorial: esclarecimento de dúvidas específicas*

##### *Autónoma*

- Estudo da bibliografia recomendada para a unidade curricular
- Resolução dos exercícios recomendados para a unidade curricular

##### *Avaliação*

*Contínua: 2 frequências (40%+40%) + 1 Trabalho de grupo\* (20%). Grupos com máximo de 4 alunos. Nota mínima: 7.5 valores em cada frequência e 7.5 valores no trabalho.*

*Final: max(exame, 0.8\*exame+0.2\*trabalho)*

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

##### *Contact*

*Theoretical-practical: presentation of case studies, theoretical concepts and methodologies to solve problems, combined and coordinated with the application of knowledge in specific issues and in business context. In the application of knowledge it is encouraged, whenever possible, the work in small groups.*

*Tutorial: clarification of specific questions.*

##### *Autonomous*

- Study of recommended readings for the course.
- Resolution of the exercises recommended for the course.

##### *Evaluation*

*Continuous: 80% with two written tests + 20% for one group work (4 students) test 3. Minimum mark for each component 7.5.*

*Final: mark=max(exam mark, 0.8\*exam mark+0.2\*group work)*

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

##### *Presencial*

*Ensino teórico-prático: apresentação dos casos de estudo, conceitos teóricos e metodologias de resolução dos problemas, combinada e articulada com a aplicação dos conhecimentos em problemas específicos e de contexto empresarial. Na aplicação dos conhecimentos é estimulada, sempre que possível, o trabalho em pequenos grupos (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

*Orientação tutorial: esclarecimento de dúvidas específicas (C3)*

##### *Autónoma*

- Estudo da bibliografia recomendada para a unidade curricular (C2, C3, C4, C5, C6)
- Resolução dos exercícios recomendados para a unidade curricular (C2, C3, C4, C5, C6)

##### *Avaliação*

*Contínua: 2 frequências (40%+40%) + 1 Trabalho de grupo\* (20%). Grupos com máximo de 4 alunos. Nota mínima: 7.5 valores em cada frequência e 7.5 valores no trabalho.*

*Final: max(exame, 0.8\*exame+0.2\*trabalho)*

##### *Recursos*

*Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

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

##### *Contact*

*Theoretical and practical: presentation of case studies, theoretical concepts and methodologies to solve problems, combined and coordinated with the application of knowledge in specific issues and in business context. In the application of knowledge it is encouraged, whenever possible, the work in small groups (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

*Tutorial: clarification of specific questions (C3)*

##### *Autonomous*

- Study of recommended readings for the course (C2, C3, C4, C5, C6)
- Resolution of the exercises recommended for the course (C2, C3, C4, C5, C6)

**Resources**

*Classroom with white board and projector (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- Lisboa, J., Gomes, C. (2006) *Gestão de Operações, Vida Económica*
- Chase, R., Jacobs, F., Aquilano, N. (2006) *Operations Management for competitive advantage with global cases, McGraw-hill, 11ª edição*
- Heizer, J., Render, B. (2008) *Operations Management, Pearson International Edition, 9ª edição*
- Finch, B. (2003) *OperationsNow. Com - process, value and profitability, McGraw-Hill*
- Marrison, M. (1993) *Operations Management Strategy, London : Pitman Publishing*
- Heizer, J. e Render, B. (2001) *Operations Management, Prentice-Hall*
- Krajewski, L. e Ritzman, L. (1993) *Operations Management – Strategy and Analysis, Addison-Wesley Publishing Company*
- Schroeder, R. (1993) *Operations Management: decision making in the operations function, McGraw-Hill.*
- Aquilano, N. e Chase, R. (1991) *Fundamentals of Operations Management, McGraw-Hill.*

**Mapa IX - Gestão Internacional****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Gestão Internacional*

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

*Manuel Aníbal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira*

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

*João Neves de Carvalho Santos*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4h/semana (total 60h)*

*Orientação Tutorial: 4h ao longo do semestre (total 4h)*

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

*João Neves de Carvalho Santos*

*Theoretical-practical lectures: 1 class of 4 hours/week (total 60 hours)*

*Tutorial: 4 hours per class during the semester under daytime (total 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão: conhecimento e compreensão dos conceitos básicos de gestão internacional; Compreensão dos desafios e competição internacionais que as firmas enfrentam;*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade de relacionar conceitos; Capacidade de formular um plano de ação para uma firma com operações internacionais.*

*C3. Formulação de juízos: capacidade de analisar criticamente os mercados externos e a sua provável evolução em relação ao seu impacto na atuação internacional das firmas; capacidade de analisar criticamente estudos de caso.*

*C4. Competências de comunicação: capacidade de apresentar as várias diferenças entre nações, como as firmas podem responder a essas diferenças e como elas influenciam a competitividade da firma.*

*C5. Competências de aprendizagem: capacidade de estudar autonomamente; Capacidade de desenvolver possíveis estratégias alternativas que as firmas possam adaptar, controlar e seguir na sua atuação internacional.*

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

*C1. Knowledge and understanding: knowledge in International Business (basics) and understanding the internationalization challenges and international competition that firms face.*

*C2. Applying knowledge and understanding: ability to relate concepts; Ability to understand and formulate a plan of action for the firm conducting international businesses.*

*C3. Making judgments: ability to analyze critically the foreign markets and their likely evolution, regarding the impact over the firms' international business; Ability to critically analyze case studies.*

*C4. Communication skills: ability to present the various differences among nations, how firms may react to those differences and how they influence the firms' competitive capacity.*

*C5. Learning skills: ability to study independently; Ability to independently develop possible alternative strategies that firms may follow to adapt, control and change in their internationalization process.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1. Introdução: A gestão internacional, a globalização e a internacionalização das empresas*

*2. Ambiente económico e os blocos regionais de integração económica*

*3. Ambiente cultural e social*

*4. Ambiente político-legal*

5. Comércio internacional e as teorias de comércio internacional
6. Investimento direto estrangeiro e as teorias do IDE
7. Análise e avaliação dos mercados externos
8. Estratégias de internacionalização
9. Os modos de entrada nos mercados externos
10. Conceitos de marketing internacional
11. A gestão internacional de recursos humanos
12. Análise crítica do estado de internacionalização de países selecionados

#### 6.2.1.5. Syllabus:

1. Introduction: International management and globalization
2. The economic environment and the regional integration blocs
3. The socio-cultural environment
4. The political-legal environment
5. International trade and theories of international trade
6. Foreign direct investment: analysis and theories
7. Analyzing foreign markets
8. Internationalization strategies
9. Entry modes into foreign markets
10. International marketing concepts
11. Managing human resources internationally
12. Analysis and critique of the current state of internationalization of selected countries

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

1. Introdução: A gestão internacional, a globalização e a internacionalização das empresas (C1, C2)
2. Ambiente económico e os blocos regionais de integração económica (C1, C2, C3)
3. Ambiente cultural e social (C1, C2, C3)
4. Ambiente político-legal (C1, C2, C3)
5. Comércio internacional e as teorias de comércio internacional (C1, C2, C3)
6. Investimento direto estrangeiro e as teorias do IDE (C1, C2, C3)
7. Análise e avaliação dos mercados externos (C1, C2, C3, C4, C5)
8. Estratégias de internacionalização (C1, C2, C3, C4, C5)
9. Os modos de entrada nos mercados externos (C1, C2, C3, C4, C5)
10. Conceitos de marketing internacional (C1, C2, C4, C5)
11. A gestão internacional de recursos humanos (C2, C4, C5)
12. Análise crítica do estado de internacionalização de países selecionados (C3, C4, C5)

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

1. Introduction: International management and globalization (C1, C2)
2. The economic environment and the regional integration blocs (C1, C2, C3)
3. The socio-cultural environment (C1, C2 and C3)
4. The political-legal environment (C1, C2, C3)
5. International trade and theories of international trade (C1, C2, C3)
6. Foreign direct investment: analysis and theories (C1, C2, C3)
7. Analyzing foreign markets (C1, C2, C3, C4, C5)
8. Internationalization strategies (C1, C2, C3, C4, C5)
9. Entry modes into foreign markets (C1, C2, C3, C4, C5)
10. International marketing concepts (C2, C4, C5)
11. Managing human resources internationally (C2, C4, C5)
12. Analysis and critique of the current state of internationalization of selected countries (C3, C4, C5)

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

##### Presencial

Ensino teórico-prático (Exposição de conceitos de estratégia; Exemplos e casos de situações reais e simuladas)

Orientação tutorial (Acompanhamento do processo de aprendizagem e da redação do estudo de caso final)

##### Autónoma

- Estudo (Leitura da bibliografia recomendada)

- Redação de um caso de estudo final em pequenos grupos (seleção do caso, pesquisa de informação, organização, estrutura e redação do relatório)

##### Avaliação

##### Avaliação contínua

Um teste escrito T1 (mín. 8.0 / 20 val.)

Uma apresentação em aula obrigatória do caso de estudo T2

Um caso de estudo escrito obrigatório T3

Nota final = 0,60T1 + 0,05T2 + 0,35T3

Exame (Normal, Recurso e Especial)

*Um exame final escrito (100%) ou exame escrito (65%) + caso de estudo escrito (35%)*

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

##### *Contact*

*Theoretical-practical teaching (Presentation of concepts of strategic management; Examples and cases of real and simulated situations)*

*Tutorial (Office hours to accompany the learning process and the writing of a term case study paper)*

##### *Autonomous*

*- Independent study (Readings of the recommended bibliography)*

*- Writing of a term case study paper in small groups (selection of case, searching information, organization, structure and writing of report)*

##### *Evaluation*

###### *Continuous assessment*

*One written test T1 (minimum grade 8 out of 20)*

*One mandatory in class presentation of a case study T2*

*One mandatory written case study paper T3*

*Final standings: = 0,60T1 + 0,05T2 + 0,35T3*

##### *Exam*

*Contains one part: written (PE)*

*Final standings: CF=PE or CF=0,65PE+0,35 written case study paper*

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

##### *Presencial*

###### *Ensino teórico-prático*

*- Exposição de conceitos de estratégia (C1, C2, C3, C4, C5)*

*- Exemplos e casos de situações reais e simuladas (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Orientação tutorial (C2, C3, C5)*

##### *Autónoma*

*-Leitura da bibliografia recomendada (C1, C2, C3, C4, C5)*

*- Redação de um caso de estudo final em pequenos grupos (seleção do caso, pesquisa de informação, organização, estrutura e redação do relatório) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*- Exemplos e casos de situações reais e simuladas (C2, C3, C4, C5)*

##### *Recursos*

*Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

##### *Contact*

###### *Theoretical-practical teaching*

*- Presentation of the concepts of strategic management (C1, C2, C3, C4, C5)*

*- Examples and cases of real and simulated situations (C2, C3, C4, C5)*

*Tutorial (C2, C3, C5)*

##### *Autonomous*

*- Readings of the recommended bibliography (C1, C2, C3, C4, C5)*

*- Writing of a term case study paper in small groups (selection of case, searching information, organization, structure and writing of report) (C1, C2, C3, C4, C5)*

*- Examples and cases of real and simulated situations (C2, C3, C4, C5)*

##### *Resources*

*Classroom with white board and projector - (C1, C2, C3, C4, C5)*

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

*- Ferreira, M.P., Reis, N. & Serra, F. (2011) Negócios internacionais e internacionalização para economias emergentes. Lisboa: Lidel Ed. Técnicas.*

*- Ball, D., McCulloch, W., Frantz, P., Geringer, J. & Minor, M. (2005). International Business: The challenge of global competition (10th Ed.). New York: McGraw-Hill International Edition.*

*- Outros textos selecionados (other selected texts)*

### **Mapa IX - Marketing de Serviços**

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

*Marketing de Serviços*

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

*José Guilherme Leitão Dantas; TP: 1 turma 4 h/semana (total 60h); OT: 4h*

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

*n.a.*

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

*n.a.*

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

*C1. Conhecimento e compreensão: reconhecer o papel decisivo dos serviços para a economia; compreender as características específicas dos serviços; entender o papel fundamental da inovação na competitividade dos serviços; entender os desafios éticos no âmbito dos serviços.*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: identificar a atuação do marketing-mix decorrente da especificidade dos serviços e as práticas pertinentes no desenvolvimento de novos serviços nos exemplos práticos apresentados; capacidade de relacionar conceitos.*

*C3. Formulação de juízos: analisar criticamente os exemplos e trabalhos apresentados na sala de aula e sugerir abordagens alternativas.*

*C4. Competências de comunicação: apresentar exemplos da experiência pessoal; produzir trabalhos sintéticos e objetivos e apresentá-los e defendê-los perante um grupo.*

*C5. Competências de aprendizagem: estudar autonomamente e desenvolver trabalho em grupo.*

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

*C1. Knowledge and understanding: recognize the crucial role of services for the economy; understand the specific characteristics of services; understand the key role of innovation in the competitiveness of services; to understand the ethical challenges in the services industry.*

*C2. Applying knowledge and understanding: identify the role of the marketing mix due to the specificity of services and the practices relevant to the development of new services in the examples presented; ability to relate concepts.*

*C3. Making judgments: ability to critically analyze the examples presented by the teacher and the students and the works presented in the classroom by the students.*

*C4. Communication skills: give examples from personal experience; produce objective and synthetic work group and present and defend them in the classroom.*

*C5. Learning skills: ability to study independently and to produce individual work.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:****1. Introdução****1.1. Conceito de serviço****1.2. Relevância dos serviços****1.3. Características dos serviços****2. Focalização no consumidor****2.1. Comportamento do consumidor****2.2. Expectativas do consumidor****2.3. Perceções do consumidor****2.4. Satisfação do consumidor****2.5. Qualidade do serviço****3. Processo de prestação do serviço****3.1. Ciclo de serviços****3.2. Modelo servuction****3.3. Oferta versus procura****3.4. Yield management****4. Gestão do suporte físico****4.1. Conceito e funções****4.2. Respostas ao suporte físico****5. Gestão dos participantes****5.1. Colaboradores****5.2. Clientes****6. Oferta de serviços****6.1. Desenvolvimento de novos serviços****6.2. Falhas e recuperação****6.3. Retenção do cliente****7. Política de preços****7.1. Preço e serviços****7.2. Determinação do preço****8. Política de comunicação****8.1. Processo****8.2. Mix****8.3. Comunicação integrada**

- 8.4.Promessas e expectativas
- 9.Distribuição
- 9.1.Canal direto
- 9.2.Principais intermediários
- 9.3.Vantagens/ desvantagens no recurso a intermediários
- 10.Considerações Finais

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1.Introduction
  - 1.1.Concept of service
  - 1.2.Relevance of services
  - 1.3.Characteristics of services
- 2. Focusing on the consumer
  - 2.1.Consumer behavior
  - 2.2.Consumer expectations
  - 2.3.Consumer perceptions
  - 2.4.Customer satisfaction
  - 2.5.Quality of service
- 3.Process of providing the service
  - 3.1.Service cycle
  - 3.2.Servuction model
  - 3.3.Supply versus demand
  - 3.4.Yield management
- 4.Management of the physical evidence
  - 4.1.Concept and functions
  - 4.2.Reactions to the physical evidence
- 5.Management of the participants
  - 5.1.Employees
  - 5.2.Customers
- 6.Provision of services
  - 6.1.Developing new services
  - 6.2.Failures and Recovery
  - 6.3.Customers retention
- 7.Pricing policy
  - 7.1.Price and service
  - 7.2.Pricing
- 8.Communication policy
  - 8.1.Process
  - 8.2.Mix
  - 8.3.Integrated communication
  - 8.4.Promises and expectations
- 9.Delivering services
  - 9.1.Direct Chanel
  - 9.2.Key intermediaries
  - 9.3.Advantages / disadvantages in the use of intermediaries
- 10.Concluding remarks

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

- 1.Introdução
  - 1.1.Conceito, relevância e características (C1, C2, C3, C4, C5)
- 2.Foco no consumidor
  - 2.1.Comportamento, expectativas e percepções (C1, C2, C3, C4)
  - 2.2.Satisfação e qualidade (C1, C2, C3, C4, C5)
- 3.Processo de prestação
  - 3.1.Ciclo de serviços (C1, C2, C3)
  - 3.2.Modelo servuction (C1, C2)
  - 3.3.Oferta/ procura (C1, C2, C3)
  - 3.4.Yield management (C1, C2)
- 4.Gestão do suporte físico
  - 4.1.Conceito e funções (C1, C2)
  - 4.2.Reações (C1, C2, C4, C5)
- 5.Gestão dos participantes
  - 5.1.Colaboradores e clientes (C1, C2, C3, C4, C5)
- 6.Oferta de serviços
  - 6.1.Novos serviços (C1, C2, C3, C4, C5)
  - 6.2.Falhas, recuperação e retenção do cliente (C1, C2, C3, C4, C5)
- 7.Política de preços
  - 7.1.Determinação do preço (C1, C2, C3, C4)
- 8.Política de comunicação
  - 8.1.Processo e mix (C1, C2, C3, C4)
  - 8.2.Comunicação integrada (C1, C2, C3)
  - 8.3Promessas e expectativas (C1, C2, C3, C4, C5)

**9. Distribuição**

9.1. Principais canais (C1, C2, C3, C4, C5)

10. Considerações Finais (C1, C2, C3, C5)

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.****1. Introduction**

1.1. Concept, importance, characteristics (C1, C2, C3, C4, C5)

**2. Focus on consumer**

2.1. Behavior, expectations, perceptions (C1, C2, C3, C4)

2.2. Satisfaction and quality (C1, C2, C3, C4, C5)

**3. Process of providing**

3.1. Cycle service (C1, C2, C3)

3.2. Servuction model (C1, C2)

3.3. Demand / Supply (C1, C2, C3)

3.4. Yield management (C1, C2)

**4. Physical evidence**

4.1. Concept and functions (C1, C2)

4.2. Reactions (C1, C2, C4, C5)

**5. Management of the participants**

5.1. Employees and clients (C1, C2, C3, C4, C5)

**6. Provision of services**

6.1. New services (C1, C2, C3, C4, C5)

6.2. Fails, recovery, retention (C1, C2, C3, C4, C5)

**7. Pricing policy**

7.1. Pricing (C1, C2, C3, C4)

**8. Communication policy**

8.1. Process and mix (C1, C2, C3, C4)

8.2. Integrated communication (C1, C2, C3)

8.3. Promises and expectations (C1, C2, C3, C4, C5)

**9. Delivery**

9.1. Main channels (C1, C2, C3, C4, C5)

10. Conclusions (C1, C2, C3, C5)

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):****Presencial***Ensino teórico-prático (apresentação dos conceitos; apresentação de exemplos práticos pelo docente e pelos Alunos e seu debate; apresentação e debate de trabalhos).**Orientação tutorial: esclarecimento de dúvidas e apoio na realização dos trabalhos individuais.***Autónoma***Estudo (leitura da bibliografia recomendada; pesquisa de bibliografia sobre temas lançados na aula e para a realização dos trabalhos individuais).***Avaliação****Avaliação contínua***- Participação nas aulas**- Trabalho individual escrito**- Apresentação e debate do trabalho na sala**- Teste escrito**Classificação final: 0,10a)+0,20b)+0,20c)+0,50d)***Exame (Normal, Recurso e Especial)***Prova escrita individual (100%)**Nota: Na época normal, mediante pedido expresso na folha de prova, os alunos podem solicitar que a nota do trabalho faça média com a da prova escrita.***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):****Contact:***Theoretical-practical (presentation of concepts; presentation of practical examples by the teacher and the students and their discussion, presentation and discussion of the individual work).**Tutorial: answering questions and assist the individual work.***Autonomous:***Independent study (reading the recommended bibliography; analysis of literature on topics introduced in the class and to produce the individual work).***Evaluation****Periodic assessment:***- Participation in class**- Individual written work**- Presentation and discussion of the individual work in the classroom*

**- Written Test**

Final rating: 0.10) +0.20 b) c +0.20) +0.50 d)

**Final:**

Individual written exam (100%)

Note: In the regular season, upon request on the proof sheet, the individual work can be considered in the final exam, with a weighting of 40%.

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

**Presencial****Ensino teórico-prático**

- Apresentação dos conceitos (C1, C2)

- Apresentação de exemplos de situações reais (C1, C2, C3)

- Apresentação de exemplos práticos pelo docente e pelos Alunos e seu debate (C1, C2, C3, C4, C5)

- Apresentação e debate dos trabalhos individuais (C1, C2, C3, C4, C5)

Orientação tutorial: esclarecimento de dúvidas e apoio na realização dos trabalhos individuais (C1, C2, C3, C4, C5)

**Autónoma****Estudo**

- Leitura da bibliografia recomendada (C1, C2, C3, C4, C5)

- Pesquisa e análise de bibliografia para responder a temas lançados na aula e para a realização dos trabalhos individuais (C1, C2, C3, C4, C5)

**Recursos**

Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4)

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

**Contact:****Theoretical-practical**

- Presentation of concepts (C1, C2)

- Presentation of examples of real situations (C1, C2, C3)

- Presentation of practical examples by the teacher and the students and their discussion (C1, C2, C3, C4, C5)

- Presentation and discussion of individual works (C1, C2, C3, C4, C5)

Tutorial: clarification of doubts and assistance in the individual works (C1, C2, C3, C4, C5)

**Autonomous:**

Independent study: reading the recommended bibliography; research and analysis of the literature to address issues presented in the classroom and to produce the individual work (C1, C2, C3, C4, C5)

**Resources**

Classroom with whiteboard and projector (C1, C2)

### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Dantas, J. & Moreira, A. (2011). *O Processo de Inovação*. Lisboa: Lidel.

- Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D. (2006). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. Boston: McGraw-Hill/Irwin.

## Mapa IX - Marketing Direto e Database Marketing

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Marketing Direto e Database Marketing*

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

*Alzira Maria Ascensão Marques*

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

*Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 2 h/semana (total 30h)*

*Orientação tutorial: 2h distribuídas ao longo do semestre (total 2h)*

*Filipe Jorge Mota Pinto*

*Aulas práticas: 1 turma de 2 h/semana (total 30h)*

*Orientação tutorial: 2h distribuídas ao longo do semestre (total 2h)*

*Maria Micaela Esteves*

*Aulas práticas: 1 turma de 2 h/semana (total 30h)*

*Orientação tutorial: 2h distribuídas ao longo do semestre (total 2h)*

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

*Theoretical-practical 2 hours/week (total 30 hours)*

*Tutorial teaching: 2 hours distributed along the semester (total 2 hours)*

*Filipe Jorge Mota Pinto*

*Practical: 2 hours/week (total 30 hours)*

*Tutorial teaching: 2 hours distributed along the semester (total 2 hours)*

*Maria Micaela Esteves*

*Practical: 2 hours/week (total 30 hours)*

*Tutorial teaching: 2 hours distributed along the semester (total 2 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão: diferentes origens e tipos dados de marketing, para a extração de informação (processo de database marketing). Conhecimentos de Marketing Directo, conceitos básicos e sua compreensão, com integração database marketing*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade em relacionar conceitos, em descrever exemplos práticos de aplicação, em resolver problemas envolvendo casos estudo; Capacidade em explorar dinamicamente dados, criar cenários de soluções afectas ao Marketing Directo, suportado também em database marketing*

*C3. Formulação de juízos: capacidade em usar um espírito crítico na análise das problemáticas e no encontro das soluções de acções de marketing com determinado objectivo quantitativo e qualitativo*

*C4. Competências de comunicação: capacidade em produzir relatórios e acções de marketing directo*

*C5. Competências de aprendizagem: capacidade de persistência e assertividade na abordagem em novos cenários. Capacidade de estudo autónomo*

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

*C1. Domain knowledge and skill: marketing data different types and origins, regarding knowledge information extraction and use (database marketing process). Direct marketing fundamentals and skills regarding their use and database marketing process support.*

*C2. Domain knowledge application: ability to integrate concepts, to describe practical application case and to solve problems. Ability to dynamically to explore data, to propose direct marketing scenarios including with database marketing support*

*C3. Critical judgment: ability to use the "critical spirit" to analyze problems and to look forward in order to get the best marketing activities solution regarding quantitative and qualitative objectives.*

*C4. Communication competences: ability to produce reports and to organize direct marketing activities with teams*

*C5. Learning competences: persistency capacities regarding the adoption of new paths and solutions. In order to formulate different scenarios. Ability to learn how to learn*

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

*1. Introdução ao Marketing Directo*

*2. Os meios do Marketing Directo*

*3. O Marketing Directo em todas as situações*

*4. As origens e tipologias de dados*

*5. Bases de dados, funcionalidades e extração de dados*

*6. Processo de Database Marketing*

*7. Segmentação e classificação prática de clientes*

*8. Modelo RFM*

*9. A Preparação/formulação de uma campanha de Marketing Directo*

*10. A Operacionalização/Implementação do plano de Marketing Directo*

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

*1. Direct marketing introduction*

*2. Direct marketing resources and channels*

*3. Direct marketing approach at distinct situations*

*4. Data type and origins*

*5. Databases: functionalities and data extraction*

*6. The database marketing process*

*7. Practical approach to customer segmentation and classification*

*8. RFM Model*

*9. Direct marketing campaign preparation and formulation*

*10. Direct marketing plan operationalization and implementation*

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

*1. Introdução ao Marketing Directo (C1, C2, C3, C4, C5)*

2. Os meios do Marketing Direto (C1, C2, C3, C4, C5)
3. O Marketing Direto em todas as situações (C1, C2, C3, C4, C5)
4. As origens e tipologias de dados (C1, C2)
5. As Bases de Dados (C1, C2, C3, C4, C5)
6. Processo database marketing (C2, C3, C5)
7. Segmentação e classificação prática de clientes (C1, C2, C3, C4, C5)
8. Modelo RFM (C1, C2, C3, C4, C5)
9. A Preparação/formulação de uma campanha de Marketing Direto (C1, C2, C3, C4, C5)
10. A Operacionalização/Implementação do plano de Marketing Direto (C1, C2, C3, C4, C5)

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

1. Direct marketing introduction (C1, C2, C3, C4, C5)
2. Direct marketing resources and channels (C1, C2, C3, C4, C5)
3. Direct marketing approach at distinct situations (C1, C2, C3, C4, C5)
4. Data type and origins (C1, C2)
5. Databases: functionalities and data extraction (C1, C2, C3, C4, C5)
6. The database marketing process (C2, C3, C5)
7. Practical approach to customer segmentation a classification (C1, C2, C3, C4, C5)
8. RFM Model (C1, C2, C3, C4, C5)
9. Direct marketing campaign preparation and formulation (C1, C2, C3, C4, C5)
10. Direct marketing plan operationalization and implementation (C1, C2, C3, C4, C5)

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

##### *Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos e princípios de marketing direto e database marketing; Exemplificação e aplicação a problemas reais; resolução de casos estudo específicos de marketing direto e de database marketing. Integração e inter-operacionalização do marketing directo com database marketing)*

*Ensino prático e laboratorial (Realização de casos estudo, análise e processamento de dados, elaboração de relatórios e acções de marketing directo)*

*Orientação tutorial (esclarecimento de dúvidas)*

##### *Autónoma*

*Estudo (Leitura de bibliografia recomendada; Resolução de exercícios, estudos caso)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

##### *Avaliação*

*Avaliação contínua*

*Presença em 2/3 aulas*

*Atividade 1 – Trabalho individual - 15%*

*Atividade 2 - Trabalho individual - 15%*

*Atividade 3 – Trabalho de Grupo (max 3 elementos) – 50%*

*Apresentação/defesa 20%*

##### *Exame*

*Exame com duas partes: escrita e prática*

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

##### *Presence*

*Theoretical-practical teaching (Presentation of concepts and techniques of Direct Marketing and Database Marketing; Exemplification and application to real problems)*

*Practical and laboratory teaching (Assignments with practical examples of concepts and techniques transmitted in theoretical teaching and also to explore new situations)*

*Tutorial teaching (Tutorials in small groups to aid the learning process and clarify any doubts)*

##### *Autonomous*

*Study (Reading of recommended bibliography; resolution of exercises, case studies)*

*E-learning (UC resources)*

##### *Evaluation*

*Continuous evaluation*

*Presence in 2/3 of classes*

*Activity 1 – individual project - 15%*

*Activity 2 - individual project - 15%*

*Activity 3 – group project (max 3 elements) – 50%*

*Presentation 20%*

##### *Exam*

*Exam with two parts: written and practical*

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

**curricular.***Presencial**Ensino teórico-prático*

- *Apresentação dos conceitos e princípios de Marketing directo (C1)*
- *Exemplificação e aplicação a problemas reais, acções de marketing (C1, C2 e C3)*

*Ensino prático*

- *Resolução de casos estudo (C2, C4 e C5)*
  - *Análise crítica dos resultados (C3)*
  - *Realização de acções de marketing directo e relatórios críticos aos assuntos tratados (C2, C3 e C4)*
- Orientação tutorial (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Autónoma*

- *Leitura de excertos de bibliografia recomendada (C1, C2, C5)*
- *Resolução de casos estudo recomendados (C2, C3, C4 e C5)*
- *E-aprendizagem (C5)*

*Recursos*

*Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1 e C2)*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.***Presence**Theoretical-practical teaching*

- *Presentation of concepts and techniques of Direct Marketing and Database Marketing (C1)*
- *Exemplification and application to real problems (C1,C2,C3)*

*Practical and laboratory teaching*

- *Case studies resolution (C2,C4,C5)*
- *Results Critical analyses (C3)*
- *Practical exercises covering direct marketing, database marketing and both (C2,C3,C4)*

*Tutorial teaching: Tutorials in small groups to aid the learning process and clarify any doubts (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Autonomous*

- *Bibliography reading comprehension (C1, C2, C5)*
- *Recommended case studies resolution (C2, C3, C4, C5)*
- *E-learning (C5)*

*Resources*

*Classroom with computers and data projector (C1, C2)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- *Amaral,F.C.N. (2001) Data Mining: Técnicas e Aplicações para o Marketing Direto, Editora Berkeley*
- *Alves, (1994) Direct marketing em Portugal: conceitos para uma estratégia de sucesso, Texto Editora*
- *Baier, M. (1985) Elements of direct marketing, McGraw Hill*
- *Berry,M.J.A., LINOFF,G. (2004) Data Mining Techniques For Marketing, Sales and Customer Support, John Wiley & Sons*
- *Bodian, N. (1995) Direct marketing rules of thumb, McGraw Hill*
- *Bird, D. (2002) Bom senso em marketing directo, Makron books*
- *Blattberg, R. (2008) Database Marketing: Analyzing and Managing Customers, Springer*
- *Thomas, B. e Housden, M. (2002) Direct marketing in practice, Butterworth Heinemann*
- *O'Malley, L. (2002) Exploring direct marketing, Thomson*
- *Hughes (2000) Strategic Database Marketing: The Masterplan for Starting and Managing a Profitable, Customer-Based Marketing Program, McGraw Hill*
- *Blattberg, R. (2008) Database Marketing: Analyzing and Managing Customers, Springer*

**Mapa IX - Publicidade****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Publicidade*

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

*Susana Cristina Serrano Fernandes Rodrigues*

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

*Jacinta Raquel Miguel Moreira*

*Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4h/semana (total 60h)*

*Orientação tutorial: 4h distribuídas ao longo do semestre (total 4h)*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Jacinta Raquel Miguel Moreira**Lesson: a class of 4 hours / week (total 60 hours)**Tutorial: 4 hours distributed throughout the semester (total 4 hours)***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Conhecimento e compreensão: aquisição de conhecimentos da disciplina de Publicidade e compreensão dos seus principais conceitos**C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade em relacionar conceitos; capacidade em aplicar os conceitos teóricos a casos reais; construir material didático de publicidade e usar esse material para na prática;**C3. Formulação de juízos: capacidade em usar um espírito crítico na análise de casos;**C4. Competências de comunicação: capacidade em produzir trabalhos práticos com aplicação dos conceitos apresentados nas aulas;**C5. Competências de aprendizagem: capacidade em estudar autonomamente.***6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***C1. Knowledge and understanding: acquire knowledge of the discipline of Advertising and understanding of its key concepts**C2. Application of knowledge and understanding: ability to relate concepts, ability to apply theoretical concepts to actual cases, building advertising and educational materials to use this material in practice;**C3. Making judgments: ability to use a critical analysis of the cases;**C4. Communication skills: ability to produce work with practical application of concepts presented in class;**C5. Learning skills: ability to study independently.***6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***1. Enquadramento da Publicidade**1.1. As definições e o campo da publicidade**1.2. História da publicidade**1.3. Caracterização da publicidade**2. As Agências e os Anunciantes**2.1. Os atores da publicidade**3. O Briefing**4. A Gestão da Comunicação**4.1. Tipos de comunicação**4.2. Da estratégia de marketing à estratégia de comunicação**4.3. A estratégia de comunicação**5. O Processo Criativo**5.1. Estratégia da mensagem**5.2. A ideia criativa**6. Estratégia de Media**6.1. Os media publicitários**7. A Eficácia Publicitária**7.1. Avaliação da eficácia publicitária**8. Enquadramento Legal da Publicidade***6.2.1.5. Syllabus:***1. Background of Advertising**1.1. The definitions and camp of advertising**1.2. History of advertising**1.3. Characterization of advertising**2. Agencies and Advertisers**2.1. The actors in advertising**3. The Briefing**4. The Communication Management**4.1. Types of communication**4.2. From strategy to marketing communication strategy**4.3. The communication strategy**5. The Creative Process**5.1. Strategy of the message**5.2. The creative idea**6. Media Strategy**6.1. The media advertising**7. The Advertising Effectiveness**7.1. Evaluation of advertising effectiveness**8. Legal Framework of Advertising***6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.***1. Enquadramento da Publicidade*

- 1.1.As definições e o campo da publicidade (C1, C5)
- 1.2.História da publicidade (C1, C5)
- 1.3.Caracterização da publicidade (C1, C5)
- 2.As Agências e os Anunciantes
- 2.1.Os atores da publicidade (C1, C5)
- 3.O Briefing (C1, C2, C3, C4, C5)
- 4.A Gestão da Comunicação
- 4.1.Tipos de comunicação (C1, C5)
- 4.2.Da estratégia de marketing à estratégia de comunicação (C1, C5)
- 4.3.A estratégia de comunicação (C1, C5)
- 5.O Processo Criativo
- 5.1.Estratégia da mensagem (C1, C2, C4, C5)
- 5.2.A ideia criativa (C1, C2, C4, C5)
- 6.Estratégia de Media
- 6.1.Os media publicitários (C1, C2, C4, C5)
- 7.A Eficácia Publicitária
- 7.1.Avaliação da eficácia publicitária (C1, C3, C5)
- 8.Enquadramento Legal da Publicidade (C1, C3, C5)

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

- 1.Background of Advertising
- 1.1.The definitions and camp of advertising (C1, C5)
- 1.2.History of advertising (C1, C5)
- 1.3.Characterization of advertising (C1, C5)
- 2.Agencies and Advertisers
- 2.1.The actors in advertising (C1, C5)
- 3.The Briefing (C1, C2, C3, C4, C5)
- 4.The Communication Management
- 4.1.Types of communication (C1, C5)
- 4.2.From strategy to marketing communication strategy (C1, C5)
- 4.3.The communication strategy (C1, C5)
- 5.The Creative Process
- 5.1.Strategy of the message (C1, C2, C4, C5)
- 5.2.The creative idea (C1, C2, C4, C5)
- 6.Media Strategy
- 6.1.The media advertising (C1, C2, C4, C5)
- 7.The Advertising Effectiveness
- 7.1.Evaluation of advertising effectiveness (C1, C3, C5)
- 8.Legal Framework of Advertising (C1, C3, C5)

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

##### *Aulas teórico-práticas:*

- Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos reais na abordagem dos conteúdos programáticos;
- Resolução de exercícios como suporte de aprendizagem dos conceitos teóricos apresentados;
- Aprendizagem participativa onde os alunos desenvolvem documentos e peças publicitárias.

##### *Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

##### *Autónoma*

- Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de exercícios)
- E-aprendizagem (Material relativo à UC)

##### *Avaliação*

##### *Avaliação contínua*

- Trabalho 1 – Briefing – 15%
- Trabalho 2 – Campanha Publicitária – 25%
- Frequência – 60%

##### *Exame (Normal, Recurso e Especial)*

##### *Exame Normal e Recurso:*

- Trabalho 1 – Briefing – 15%
- Trabalho 2 – Campanha Publicitária – 25%
- Exame – 60%

*ou*

##### *Exame 100%*

*Exame - outras épocas: 100%*

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

##### *Presence*

##### *Theoretical-practical classes:*

- Methods exhibition followed the application of real examples in the approach of the syllabus;

- Exercises to support the learning of theoretical concepts presented;
  - Participative learning where students develop documents and advertisements.
- Tutorial (Session answering questions)

#### Autonomous

- Study (Reading excerpts of recommended bibliography; Exercises)
- E-learning (Material on the UC)

#### Evaluation

##### Continuous Evaluation

- Work 1 - Briefing - 15%
- Work 2 - Advertising Campaign - 25%
- Exercise - 60%

#### Exam (Normal, Supplementary and Special)

##### Normal Exam and Supplementary:

- Work 1 - Briefing - 15%
- Work 2 - Advertising Campaign - 25%
- Exam - 60%

or

Exam 100%

Exam - other times: 100%

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

#### Presencial

##### Aulas teórico-práticas:

- Métodos expositivos seguidos da aplicação de exemplos reais na abordagem dos conteúdos programáticos (C1, C2, C3);
- Resolução de exercícios como suporte de aprendizagem dos conceitos teóricos apresentados (C1, C2, C3, C4, C5);
- Aprendizagem participativa onde os alunos desenvolvem documentos e peças publicitárias (C1, C2, C3, C4, C5).

Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas) (C1, C2, C3, C4, C5)

#### Autónoma

- Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de exercícios) (C1, C2, C3, C4, C5)
- E-aprendizagem (Material relativo à UC) (C1, C2, C3, C4, C5)

#### Recursos

Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3)

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

#### Presence

##### Theoretical-practical classes:

- Methods exhibition followed the application of real examples in the approach of the syllabus (C1, C2, C3);
- Exercises to support the learning of theoretical concepts presented (C1, C2, C3, C4, C5);
- Participative learning where students develop documents and advertisements (C1, C2, C3, C4, C5).

Tutorial (Session answering questions) (C1, C2, C3, C4, C5).

#### Autonomous

- Study (Reading excerpts of recommended bibliography; Exercises) (C1, C2, C3, C4, C5);
- E-learning (Material on the UC) (C1, C2, C3, C4, C5).

#### Resources

Classroom with whiteboard and projector (C1, C2, C3)

### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

Lendrevie, J., A. Baynast, P. Dionísio e J. Rodrigues (2010). *Publicitor*, Lisboa Publicações Dom Quixote.

## Mapa IX - Projeto de Marketing

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Projeto de Marketing*

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

*Alcina Teresa Gaspar Ferreira; PL: 1 turma 5/semana (total 75h); OT: 4h*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Márcia Cristina dos Santos Viegas de Sousa**Aulas práticas-laboratoriais: 1 turma de 5h/semana (total 75h)**Orientação tutorial: 4h distribuídas ao longo do semestre (total 4h)***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Márcia Cristina dos Santos Viegas de Sousa**Practical-laboratory classes: 1 class of 5 hours/week (total 75 hours)**Tutorial-orientation: 4 hours distributed over the semester (total 4 hours)***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*C1. Conhecimento e compreensão: conhecer e compreender conceitos, princípios e ferramentas do Marketing;*  
*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade para identificar problemas/oportunidades de marketing; Capacidade para aplicar conceitos, teorias e ferramentas do marketing; Capacidade para elaborar um diagnóstico da situação atual; Capacidade para definir objetivos e desenvolver uma estratégia e plano de ações de marketing; Capacidade para definir indicadores e métodos para avaliar e controlar a execução do plano; Capacidade para identificar fatores de risco para o sucesso do plano e propor medidas de contingência;*  
*C3. Formulação de juízos: capacidade em usar um espírito crítico na análise de marketing;*  
*C4. Competências de comunicação: capacidade de elaborar relatórios escritos; Capacidade de apresentar e discutir oralmente as ideias propostas; Capacidade de comunicar com empresas e outras entidades;*  
*C5. Competências de aprendizagem: capacidade de estudar autonomamente.*

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

*C1. Knowledge and understanding: know and understand concepts, principles and Marketing tools;*  
*C2. Application of knowledge and understanding: ability to identify marketing problems/opportunities; Ability to apply concepts, theories and marketing tools; Ability to draw a diagnosis of current situation; Ability to set goals and develop a strategy and a marketing actions plan; Ability to define indicators and methods for assessing and monitoring the implementation of the plan; Ability to identify risk factors for the success of the plan and propose contingency measures;*  
*C3. Judgment formulation: ability to use a critical spirit in marketing analysis;*  
*C4. Communication skills: sbility to produce written reports; Ability to present and discuss orally the proposed ideas; Ability to communicate with companies and other entities;*  
*C5. Learning skills: ability to study independently.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***1. Enquadramento e Objetivos do Projeto de Marketing**2. Diagnóstico da Situação Atual**2.1. Análise externa (Tendências do mercado; Comportamento dos compradores; Concorrência; Fatores externos e do seu impacto no desenvolvimento do mercado)**2.2. Análise interna (Produtos/serviços, vendas e clientes; Marca; Preços, Distribuição; Comunicação)**2.3. Estudo de mercado (Objetivos; Metodologia; Resultados; Conclusões e recomendações estratégicas)**2.4. Análise SWOT**3. Definição de Objetivos**4. Formulação da Estratégia de Marketing**4.1. Segmentos-alvo**4.2. Posicionamento**4.3. Estratégia de marca**4.4. Estratégia de produto/serviço**4.5. Estratégia de preço**4.6. Estratégia de vendas e distribuição**4.7. Estratégia de promoção e comunicação**5. Planos de Implementação e Programas de Acção**6. Projeções Financeiras (Orçamentos, Mapas financeiros; Análise económico financeira)**7. Avaliação e Controlo (Vendas; Custos e rentibilidade; Outros aspetos da política de marketing)**8. Planos de Contingência***6.2.1.5. Syllabus:***1. Background and Objectives of the Marketing Project**2. Current Situation Diagnostics**2.1. External analysis (Market trends; Consumer behavior; Competitors; External factors and their impact on market development)**2.2. Internal analysis (Products/services, sales and customers; Brand; Prices; Channels; Communication)**2.3. Market research (Objectives; Methodology; Results; Conclusions and strategic recommendations)**2.4. SWOT analysis**3. Goal Definition**4. Marketing Strategy Formulation**4.1. Targeting**4.2. Positioning*

- 4.3. Brand strategy
- 4.4. Product/service strategy
- 4.5. Price strategy
- 4.6. Sales and channels strategy
- 4.7. Promotions and communication strategy
- 5. Implementation Plans and Action Programs
- 6. Financial Projections (Budgets; Financial maps; Economical-financial analysis)
- 7. Evaluation and Control (Sales; Costs and profitability; Other aspects of the marketing policy)
- 8. Contingency Plans

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

- 1. Enquadramento e Objectivos do Projeto de Marketing (C1, C2, C3, C4, C5)
- 2. Diagnóstico da Situação Atual (C1, C2, C3, C4, C5)
- 3. Definição de Objectivos (C1, C2, C3, C4, C5)
- 4. Formulação da Estratégia de Marketing (C1, C2, C3, C4, C5)
- 5. Planos de Implementação e Programas de Acção (C1, C2, C3, C4, C5)
- 6. Projeções Financeiras (Orçamentos, Mapas financeiros; Análise económico financeira) (C2, C3, C4, C5)
- 7. Avaliação e Controlo (Vendas; Custos e rentabilidade; Outros aspetos da política de marketing) (C1, C2, C3, C4, C5)
- 8. Planos de Contingência (C1, C2, C3, C4, C5)

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

- 1. Background and Objectives of the Marketing Project (C1, C2, C3, C4, C5)
- 2. Current Situation Diagnostics (C1, C2, C3, C4, C5)
- 3. Goal Definition (C1, C2, C3, C4, C5)
- 4. Marketing Strategy Formulation (C1, C2, C3, C4, C5)
- 5. Implementation Plans and Action Programs (C1, C2, C3, C4, C5)
- 6. Financial Projections (Budgets; Financial maps; Economical-financial analysis) (C2, C3, C4, C5)
- 7. Evaluation and Control (Sales; Costs and profitability; Other aspects of the marketing policy) (C1, C2, C3, C4, C5)
- 8. Contingency Plans (C1, C2, C3, C4, C5)

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

##### Presencial

*Ensino prático-laboratorial (Acompanhamentos dos trabalhos de Projeto de Marketing; Revisão de conceitos e ferramentas do Marketing; Apresentação de trabalhos e feedback do professor e dos outros grupos; Aprendizagem entre-grupos)*  
*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

##### Autónoma

- Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Elaboração do trabalho prático)  
 - E-aprendizagem (Material relativo à UC)

##### Avaliação

##### Avaliação contínua

- Obrigatória a presença a 75% das aulas  
 - 3 apresentações orais em aula APRES1+APRES2+APRES3  
 - 1 trabalho escrito em grupos de 4 elementos TRAB (mín. 7,5/20 val.)  
 - Apresentação oral e defesa do trabalho final APRES4  
 Classificação final: CF= 0,10APRES1+0,10APRES2+0,10APRES3+0,60TRAB+0,10APRES4

##### Exame (Normal, Recurso e Especial)

Classificação final: CF= 0,10APRES1+0,10APRES2+0,10APRES3+0,60TRAB+0,10APRES4

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

##### Contact

*Practical-laboratory classes (Monitoring of Marketing Project works; Review concepts and marketing tools; Work presentations and feedback; Learning between-groups)*  
*Tutorial (Sessions of doubts clarification)*

##### Autonomous

- Study (Reading excerpts of recommended bibliography; Elaboration of practical work)  
 - E-learning (UC materials)

##### Evaluation

##### Continuous evaluation

- Obligation to assist to 75% of classes  
 - 3 oral presentations in class PRES1+PRES2+PRES3  
 - 1 written work in groups of 4 elements WORK (mín. 7,5/20 val.)  
 - Oral presentation and defense of the final work PRES4

*Final classification: CF= 0,10PRES1+0,10PRES2+0,10PRES3+0,60WORK+0,10PRES4*

*Exam (Normal, Recourse and Special)*

*Final classification: CF= 0,10PRES1+0,10PRES2+0,10PRES3+0,60WORK+0,10PRES4*

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

*Presencial*

*Ensino prático-laboratorial*

- *Acompanhamentos dos trabalhos de Projeto de Marketing (C1, C2, C3, C4)*
- *Revisão de conceitos e ferramentas do Marketing (C1, C2)*
- *Apresentação de trabalhos e feedback do professor e dos outros grupos (C2, C3, C4)*
- *Aprendizagem entre-grupos (C2, C3, C4)*
- Orientação tutorial (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Autónoma*

*Estudo*

- *Leitura de excertos de bibliografia recomendada (C1, C2, C5)*
- *Elaboração do trabalho prático (C2, C3, C4, C5)*
- E-aprendizagem (C5)*

*Recursos*

*Sala de aula com computadores equipados com software diverso, quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4)*

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

*Contact*

*Practical-laboratory classes*

- *Monitoring of Marketing Project works (C1, C2, C3, C4)*
- *Review concepts and marketing tools (C1, C2)*
- *Work presentations and feedback (C2, C3, C4)*
- *Learning between-groups (C2, C3, C4)*
- Tutorial (C1, C2, C3, C4, C5)*

*Autonomous*

*Study*

- *Reading excerpts of recommended bibliography (C1, C2, C5)*
- *Elaboration of practical works (C2, C3, C4, C5)*
- E-learning (C5)*

*Resources*

*Classroom with computers equipped with diverse software, whiteboard and data show (C1, C2, C3, C4)*

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

*Bibliografia diversa recomendada ao longo do curso nas diversas UC's  
(Diverse bibliography recommended along the course in the various subjects)  
Materiais de apoio fornecidos pelo docente  
(Support materials provided by the lecturer)*

### **Mapa IX - Design e Marketing de Novos Produtos**

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

*Design e Marketing de Novos Produtos*

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

*Lídia Maria Barroso Simão; TP: 1 turma de 4h/semana durante 7,5 semanas (total 30h); OT 2h*

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

*Raquel João Fialho Antunes  
Aulas teórico-práticas: 1 turma de 4h/semana durante 7,5 semanas (total 30h)  
Orientação tutorial: 2h distribuídas ao longo do semestre (total 2h)*

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

*Raquel João Fialho Antunes  
Theoretical-practical teaching: 4 hours, for 7,5 weeks (total 30 hours)  
Tutorial guidance: 2 hours during the semester (total 2 hours)*

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

- C1. Conhecimento e compreensão: conhecimentos de criatividade, inovação, marketing, design e compreensão dos seus conceitos*
- C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade em relacionar conceitos; Capacidade em descrever exemplos práticos de aplicação dos mesmos; Capacidade em resolver problemas envolvendo princípios criativos e inovadores; Capacidade em criar modelos reais demonstrativos dos conceitos base; Capacidade em identificar, explicar, interpretar objectos de design vs marketing*
- C3. Formulação de juízos: capacidade em usar o espírito crítico na análise de casos de estudo, projectos desenvolvidos ou resultados obtidos*
- C4. Competências de comunicação: capacidade de apresentar oralmente trabalhos práticos; Capacidade de produzir suportes visuais; Capacidade de comparar e analisar mensagens de suportes visuais e objectos de design.*
- C5. Competências de aprendizagem: capacidade em estudar autonomamente*

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

- C1. Knowledge and understanding - knowledge of creativity, innovation, marketing, design and understanding of its concepts.*
- C2. Application of knowledge and understanding: ability to relate concepts; Ability to describe practical examples of applying them; Ability to solve problems involving innovative and creative principles; Capacity to create real models demonstrating the basic concepts; Ability to identify, explain, interpret objects design vs. marketing*
- C3. Making judgments: ability to use critical thinking in the analysis of case studies, projects undertaken and results obtained*
- C4. Communication skills: ability to make oral practical work; capacity to produce visual aids; Ability to compare and analyse media messages and visual design objects.*
- C5. Learning skills: ability to study independently*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. *Criatividade*
  - 1.1 *Conceito*
  - 1.2 *Processo criativo*
2. *Inovação*
  - 2.1 *Inovação*
  - 2.2 *Bases da inovação*
  - 2.3 *Inovação e competitividade*
  - 2.4 *Empresas inovadoras*
3. *Novos produtos*
  - 3.1 *Conceito e tipos*
  - 3.2 *Oportunidades/riscos*
  - 3.3 *Proteção legal*
  - 3.4 *Processo de adoção*
4. *Pontos de encontro design e marketing*
5. *A importância do design*
  - 5.1 *Conceito*
  - 5.2 *Equipas de desenvolvimento de produto*
  - 5.3 *Design em função do produto a desenvolver*
  - 5.4 *Principais áreas*
6. *Metodologia do design*
  - 6.1 *Prática projetual e metodologias do design*
  - 6.2 *Requisitos do projeto*
  - 6.3 *Processo de desenvolvimento*

**6.2.1.5. Syllabus:**

1. *Creativity*
2. *Innovation*
3. *New Products*
4. *Similarity between Design and Marketing*
5. *The importance of design*
6. *Design methodology*

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

1. *Criatividade*
  - 1.1 *Conceito (C1, C2, C3)*
  - 1.2 *Processo criativo (C1, C2, C3, C4, C5)*
2. *Inovação*
  - 2.1 *Inovação (C1, C2, C3, C4, C5)*
  - 2.2 *Bases da inovação (C1, C3)*
  - 2.3 *Inovação e competitividade (C1, C3)*
  - 2.4 *Empresas inovadoras (C1, C3)*
3. *Novos produtos*

- 3.1 Conceito e tipos (C1, C3)
- 3.2 Oportunidades/riscos (C1, C3)
- 3.3 Proteção legal (C1, C3)
- 3.4 Processo de adoção (C1, C3)
- 4. Pontos de encontro entre design e marketing (C1, C3)
- 5. A importância do design
  - 5.1 Conceito (C1, C2)
  - 5.2 Equipas de desenvolvimento de produto (C1, C2)
  - 5.3 Design em função do produto a desenvolver (C1, C2, C3, C4, C5)
  - 5.4 Principais áreas (C1, C2, C3, C4, C5)
- 6. Metodologia do design
  - 6.1 Prática projetual e metodologias do design (C1, C2)
  - 6.2 Requisitos do projeto (C1, C2, C3, C4, C5)
  - 6.3 Processo de desenvolvimento (C1, C2, C3, C4, C5)

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

- 1. Creativity (C1, C2, C3, C4, C5)
- 2. Innovation (C1, C2, C3, C4, C5)
- 3. New Products (C1, C3)
- 4. Similarity between Design and Marketing (C1, C3)
- 5. The importance of design (C1, C2, C3, C4, C5)
- 6. Design methodology (C1, C2, C3, C4, C5)

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

##### *Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos, Exemplificação e análise de situações reais, Resolução de exercícios e trabalhos, Discussão de ideias, conceitos e problemas)*  
*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

##### *Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de trabalhos)*  
*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

##### *Avaliação contínua*

*1 teste escrito (T) - mín. 9,5/20 val. cada)*  
*4 trabalhos (TP) - TP1, TP2, TP3 e TP4 (20 val. cada)*  
*Classificação final (CF): CF= 0,4 (T) + 0,6 (TP1+...TP4)*

##### *Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*A nota dos trabalhos práticos transita para a avaliação por exame (E). O exame é teórico – prático.*  
*Classificação final: CF=0,6 (E) + 0,4 (TP1+...TP4)*  
 ou  
*Classificação final: CF= (E)*

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

##### *Presential teaching*

*Theoretical-practical study (Presentation of concepts, Exemplification and analysis of real situations, Exercises, Discussion of ideas, concepts and issues)*  
*Tutorial (Personal guidance sessions and clarification of doubts)*

##### *Autonomous (Study and E-learning)*

##### *Continuous evaluation:*

*1 Written exam (WE) – minimum of 9.5 values/20 values*  
*4 Practical works (PW1...PW4) - 20 values*  
*Final classification: 0.4 WE + 0.6 (PW1+PW2+PW3+PW4)*

##### *Exam evaluation:*

*Final classification: 0.4 WE + 0.6 (PW1+PW2+PW3+PW4)*  
 or  
*Written Individual Exam (WE)*

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

##### *Presencial*

##### *Ensino teórico-prático*

- *Apresentação dos conceitos e princípios do design (C1)*
- *Exemplificação e aplicação a produtos / objectos reais (C1, C2, C3)*
- *Discussão de práticas apresentadas (C2, C4, C5)*
- *Análise crítica de exemplos e casos práticos (C3)*

- *Vivências / experiências de conceitos apresentados (C2, C3, C4)*
  - *Desenvolvimento de um novo produto (C1, C2, C3, C4)*
- Orientação tutorial (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Autónoma**

**Estudo**

- *Leitura de excertos de bibliografia recomendada (C1, C2, C5)*
- *Resolução de trabalhos recomendados (C2, C3, C4, C5)*
- *E-aprendizagem (C5)*

**Recursos**

- *Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3)*
- *Computador, internet e suportes físicos (2D e 3D) (C2, C3, C4)*

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

*Presential teaching*

*Theoretical and practical*

- *Presentation of marketing concepts and principles (C1)*
- *Practical examples (C1, C2, C3)*
- *Discussion of the presented practices (C2, C4, C5)*
- *Critical analysis of practical examples and cases (C2)*
- *Experiences with the presented concepts (C2, C3, C4)*
- *Development of a new product (C1, C2, C3, C4)*

*Tutorial*

*Personal guidance sessions and clarification of doubts (C1, C2, C3, C4, C5)*

**Autonomous**

**Study**

- *Reading of extracts from recommended bibliography (C1, C2, C5)*
- *Resolution of recommended marketing case studies (C2, C3, C4, C5)*
- *E-learning (C5)*

**Specific Resources**

- *Classroom with Projector and Whiteboard (C1, C2, C3)*
- *Computer, Internet, and physical supports 2D and 3D (C2, C3, C4)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

- *Baptista, P. (1999). A inovação nos produtos, processos e organizações. Consultado em 1 de Março de 2012, em Sociedade Portuguesa de Inovação:  
[http://www.spi.pt/documents/books/inovint/ippo/cap\\_apresentacao.htm](http://www.spi.pt/documents/books/inovint/ippo/cap_apresentacao.htm)*
- *Best, K. (2006). Design Management. AVA.*
- *Bruce, M. & Bessant, J. (2002). Design in Business. Financial Times e Prentice Hall.*
- *CPD. (1997). Manual de Gestão do Design. Centro Português do Design, Porto.*
- *Gruenwald, G. (1994). Como desenvolver e lançar um produto novo no mercado. McGraw Hill.*
- *Ulrich, K. & Eppinger, S. (2008). Product Design and Development. McGraw Hill.*

**Mapa IX - Marketing Relacional**

**6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Marketing Relacional*

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

*Alzira Maria Ascensão Marques; TP: 1 turma 4 h/semana (total 60h); OT: 4h*

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

*n.a.*

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

*n.a.*

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

*C1. Conhecimento: definir conceitos, conhecer as fontes de valor de cliente, reconhecer as através do desenvolvimento do conhecimento organizacional.*

*C2. Compreensão: compreender o alcance e a aplicabilidade de uma perspetiva relacional do marketing. Identificar os obstáculos à implementação de uma estratégia relacional e reconhecer as implicações na mudança organizacional.*

*C3. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade de relacionar conceitos, medir a satisfação e*

*fidelização dos clientes e gerir os relacionamentos*

*C4.Análise: capacidade de analisar os clientes; comparar e distinguir as práticas de marketing, controlar e avaliar a implementação de uma estratégia relacional*

*C5.Síntese: capacidade de organizar e sintetizar a informação em relatórios e formular estratégias de fidelização de clientes e planos de marketing relacional*

*C6.Formulação de juízos de valor: capacidade de espírito crítico na análise de casos reais, propor soluções, argumentar e justificar.*

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

*C1.Knowledge: to define the main basic concepts in marketing and to know about the sources of customer value.*

*C2.Comprehension: to interpret marketing data, identify causes for problems and propose solutions. Transmit the scope and applicability of a relational perspective of marketing in the context of an economy that is increasingly digital.*

*C3.Application: ability to relate concepts, measure the degree of satisfaction of clients and the level of customer loyalty and manage relationships with customers.*

*C4.Analysis: to analyse the firm and its external environment in a critical way; to compare and distinguish marketing practices. Develop loyalty strategies based on the sources of value.*

*C5.Synthesis: to organize information in diagnosis reports in order to support relationship marketing decisions. Monitor and assess the implementation of a relational strategy.*

*C6.Evaluation: to criticize real cases, propose solutions and justify marketing decisions.*

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

*1.Do marketing transaccional ao marketing relacional*

*1.1.Da Revolução Tecnológica à Revolução dos Clientes*

*1.2.Conceitos e Fundamentos do Marketing Relacional*

*1.3.Implicações do Marketing Relacional*

*2.Fontes de valor para o cliente*

*2.1.Criação de Valor para o Cliente*

*2.2.Papel do Conhecimento Organizacional na Criação de Valor para o Cliente*

*2.3.Do Compromisso Relacional à Lealdade dos Clientes*

*2.4.Determinantes e Modelos da Lealdade*

*3.Gestão de relacionamentos*

*3.1.Investimento nos Relacionamentos*

*3.2.Gestão dos Relacionamentos no Contexto B2B e B2C*

*3.3.Tecnologia ao Serviço das Estratégias de Lealdade*

*3.4.Metodologia para Selecionar os Clientes-Alvo das Estratégias Relacionais*

*4.Do marketing relacional ao marketing organizacional*

*4.1.Vantagem Competitivas no Âmbito do Marketing Relacional*

*4.2.Convergência Estratégica*

*5.Implementação e avaliação da estratégia relacional*

*5.1.Implementação Estratégica: mudança organizacional*

*5.2.Avaliação de uma Estratégia Relacional*

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

*1.Relationship marketing versus transaction marketing*

*2.Sources of value for de customer*

*3.Customer Relationship Management*

*4.Relationship marketing versus organizational marketing*

*5.Relationship marketing implementation and evaluation: Organizational changes*

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

*1.Do marketing transaccional ao marketing relacional (C1; C2; C4)*

*2.Fontes de valor para o cliente (C1; C2; C3; C4)*

*3.Gestão de relacionamentos (C1; C2; C3; C4)*

*4.Do marketing relacional ao marketing organizacional (C1; C2; C3; C4; C5; C6)*

*5.Implementação e avaliação de uma estratégia relacional (C1; C2; C3; C4; C5; C6)*

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

*1.Relationship marketing versus transaction marketing (C1; C2; C4)*

*2.Sources of value for de customer (C1; C2; C3; C4)*

*3.Customer Relationship Management (C1; C2; C3; C4)*

*4.Relationship marketing versus organizational marketing (C1; C2; C3; C4; C5; C6)*

*5.Relationship marketing implementation and evaluation (C1; C2; C3; C4; C5; C6)*

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

*Presencial*

*Ensino teórico-prático: Apresentação dos conceitos, princípios e metodologias associados à prática do marketing relacional, com a apresentação de exemplos e com a análise e discussão de casos de estudo em*

*cada ponto do programa. Os métodos pedagógicos usados: expositivo, interrogativo, estudo de casos, debates, exercícios.*

*Orientação tutorial: Sessões de esclarecimento de dúvidas, orientação de trabalhos de grupo e acompanhamento personalizado da evolução da aprendizagem/conhecimentos dos estudantes.*

*Autónoma*

- *Estudo: Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução dos casos de estudo recomendados*
- *E-aprendizagem: Consulta de material relativo à unidade curricular; pesquisa na internet de exemplos que ilustrem a matéria.*

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

*Classroom/office learning:*

*Theoretical-practical classes: presentation of theoretical concepts, methodologies and principles associated with the practice of Relationship marketing, illustrated with examples and the analysis and discussion of case studies, for each part of the syllabus. Pedagogical methodologies employed: exposition, discussion, debate, case studies and exercises.*

*Tutorial orientation: sessions for clarification of doubts, orientation in the resolution of group assignments and individualised guidance in the study of the course's contents.*

*Autonomous learning:*

- *Study: reading the recommended bibliography and solving the case studies and exercises.*
- *E-learning: materials (theoretical slides, case studies, exercises, etc.) and internet search of examples that illustrate the subject*

*Evaluation*

*Continuous: participation+2 group assignment+1 individual test (minimum 7.5 in each item; weights 10% 20% +20% and 50%).*

*Exam: exam (minimum 9.5)*

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

*Presencial*

*Ensino teórico-prático:*

- *Apresentação dos conceitos, princípios e metodologias associados à prática do marketing relacional. (C1, C2, C3, C4)*
- *Exemplificação e aplicação a casos reais. (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Análise crítica, apresentação e discussão de casos de estudo. (C2, C3, C4, C5, C6)*

*Orientação tutorial:*

- *Sessões de esclarecimento de dúvidas (C2, C3, C4, C5, C6)*
- *Orientação de trabalhos de grupo (C2, C3, C4, C5, C6)*
- *Acompanhamento personalizado da evolução da aprendizagem/conhecimentos dos estudantes. (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

*Autónoma*

*Estudo*

- *Leitura de excertos de bibliografia recomendada (C1, C2, C5)*
  - *Resolução dos casos de estudo recomendados (C2, C3, C4, C5, C6)*
- E-aprendizagem:*
- *Consulta de material relativo à unidade curricular (C1, C2, C5)*
  - *Pesquisa na internet de exemplos que ilustrem a matéria. (C1, C2, C4, C5)*

*Recursos*

- *Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*
- *Gabinete (C3, C6)*

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

*Classroom/office learning:*

*Theoretical-practical classes:*

- *Presentation of theoretical concepts, methodologies and principles associated with the practice of management (C1, C2, C3, C4)*
- *Illustration with real life examples (C1, C2, C3, C4, C5)*
- *Analysis and discussion of case studies (C2, C3, C4, C5, C6)*

*Tutorial orientation:*

- *Sessions for clarification of doubts (C2, C3, C4, C5, C6)*
- *Orientation in the resolution of group assignments (C2, C3, C4, C5, C6)*
- *Individualised guidance in the study of the course's contents (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*

*Autonomous learning:*

*Study:*

- *Reading the recommended bibliography (C1, C2, C5)*
- *Solving case studies and exercises (C2, C3, C4, C5, C6)*

**E-learning:**

- *Materials (C1, C2, C5)*
- *Internet research (C1, C2, C4, C5)*

**Resources:**

- *Classroom (C1, C2, C3, C4, C5, C6)*
- *Office (C3, C6)*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Marques, Alzira (2012). Marketing Relacional - Como Transformar a Fidelização de Clientes numa Vantagem Competitiva, Lisboa: Edições Sílabo*

**Mapa IX - Seminário Empresas****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Seminário Empresas*

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

*Tânia de Matos Gomes Marques; S: 1 turma 1h/semana (total 15h)*

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

*n.a.*

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

*n.a.*

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

- C1. Conhecimento e compreensão: promoção da interligação da escola-empresa, possibilitando ao aluno um contacto com as práticas organizacionais e com estudos relevantes para o mundo da gestão das organizações;*
- C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão: capacidade para relacionar os conceitos aprendidos nas diversas UCs do curso com os temas apresentados nas aulas de seminário; Capacidade em resolver problemas organizacionais apresentados nos diversos seminários com base nos conceitos principais/princípios/teorias aprendidos nas diversas UCs do curso;*
- C3. Formulação de juízos: capacidade em usar um espírito crítico na análise das situações organizacionais estudadas na UC;*
- C4. Competências de comunicação: capacidade de fazer intervenções, fomentando o desenvolvimento de capacidade de argumentação e interligação de conceitos com a prática/exemplos apresentados nos seminários da UC;*
- C5. Competências de aprendizagem: capacidade em entender os seminários apresentados de forma autónoma.*

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

- C1. Knowledge and understanding: promotion of interconnection of school-enterprise, enabling the student to a contact with organizational practices and relevant studies to the world of organizational management;*
- C2. Application of knowledge and understanding: ability to relate the concepts learned in different courses with the themes presented in seminar lectures; Ability to solve organizational problems presented in seminars based on the key concepts/theories/principles learned in the different courses along the years.*
- C3. Formulating judgments: ability to use a critical spirit in the analysis of organizational situations presented in the seminars;*
- C4. Communication skills: ability to make speeches, fostering the development of reasoning capacity and interconnection of concepts with practice examples presented in the seminars;*
- C5. Learning skills: ability to understand independently the seminars presented.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*Temas, apresentados pelos oradores convidados, nas áreas de Marketing, em particular, e do mundo organizacional, em geral.*

- 1.1 Marketing*
- 1.2 Organizacional*
- 1.3 Contabilidade*
- 1.4 Finanças*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*Themes presented by guest speakers, in the areas of Marketing, in particular, and the organization world, in general.*

- 1.1 Marketing*
- 1.2 Organizacional*

1.3 Accounting

1.4 Finance

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

*Temas, apresentados pelos oradores convidados, nas áreas de Marketing, em particular, e do mundo organizacional, em geral (C1, C2, C3, C4, C5):*

1.1 Marketing

1.2 Organizacional

1.3 Contabilidade

1.4 Finanças

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

*Themes presented by guest speakers, in the areas of Marketing, in particular, and the organization world, in general (C1, C2, C3, C4, C5):*

1.1 Marketing

1.2 Organizational

1.3 Accounting

1.4 Finance

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

*Presencial*

*As aulas decorrerão em regime de seminário - sessões realizadas por especialistas convidados de instituições públicas e/ou privadas que apresentarão um tema escolhido ou farão a apresentação da empresa.*

*Autónoma*

- *Leitura da bibliografia recomendada pelos oradores/docente;*
- *Consulta de material disponibilizado (audiovisual, sempre que exista e seja recomendado)*
- *E-aprendizagem (Material relativo à UC disponibilizado na plataforma Moodle)*

*Avaliação*

*Avaliação Periódica:*

- *Um teste efetuado em aula – 100%*
- *Obrigatoriedade de presença em 75% das aulas.*

*Avaliação Final:*

*Exame normal:100%*

*Exame recurso/especial:*

*Exame recurso/especial: 100%*

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

*Contact:*

*The classes take place in seminar/workshop-sessions by experts invited from public and/or private institutions that present a chosen theme or do a company presentation.*

*Autonomous:*

- *Read the recommended bibliography by the professor/speakers;*
- *Consultation of available material (written presentation and/or audiovisual, when exists and is recommended)*
- *E-learning (Files available in Moodle)*

*Evaluation*

*Periodic Assessment:*

- *One written test done in the classroom – 100%;*
- *Requirement in 75% of lessons.*

*Final Evaluation:*

*Final Normal exam: 100%*

*Appeal/special exam:*

*Examination of appeal and special examination: 100%*

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

*Presencial*

*As aulas decorrerão em regime de seminário - sessões realizadas por especialistas convidados de instituições públicas e/ou privadas que apresentarão um tema escolhido ou farão a apresentação da empresa.*

*Temas, apresentados pelos oradores convidados, nas áreas de Marketing, em particular, e do mundo organizacional, em geral.*

1.1 Marketing (C1, C2, C3, C4, C5)

1.2 Organizacional (C1, C2, C3, C4, C5)

1.3 Contabilidade (C1, C2, C3, C4, C5)

1.4 Finanças (C1, C2, C3, C4, C5)

#### Autónoma

- Leitura da bibliografia recomendada pelos oradores/docente (C1, C2, C3, C4, C5)

- Consulta de material disponibilizado (audiovisual, sempre que exista e seja recomendado) (C1, C2, C3, C4, C5)

- E-aprendizagem (Material relativo à UC disponibilizado na plataforma Moodle) (C1, C2, C3, C4, C5)

#### Recursos

- Sala de aula com quadro branco e projetor (C1, C2, C3, C4, C5)

- Plataforma Moodle (C1, C2, C3, C5)

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

#### Contact:

*The classes take place in seminar/workshop-sessions by experts invited from public and/or private institutions that present a chosen theme or do a company presentation (C1, C2, C3, C4, C5)*

#### Autonomous:

- Read the recommended bibliography by the professor/speakers (C1, C2, C3, C4, C5)

- Consultation of available material (written presentation and/or audiovisual, when exists and is recommended) (C1, C2, C3, C4, C5)

- E-learning (Files available in Moodle) (C1, C2, C3, C4, C5)

#### Resources

- Classroom with whiteboard and projector (C1, C2, C3, C4, C5)

- Moodle platform (C1, C2, C3, C5)

### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Material de apoio (slides powerpoint, ficheiros word, vídeos, etc) a ser fornecido, em cada sessão, pelo docente e/ou pelos oradores*

*(Support material (slides, powerpoint, word files, videos, etc) to be provided, at each session, by the professor and/or by the speakers)*

*Apontamentos das aulas*

*(Notes of lessons)*

## 6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem

---

### 6.3.1. Adaptação das metodologias de ensino e das didáticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.

*Antes do início de cada semestre são realizadas reuniões com os docentes das unidades curriculares e a Comissão Científico-Pedagógica do Curso para analisar os aspetos positivos e menos positivos detetados no semestre homólogo do ano letivo imediatamente anterior e, em função dessa análise, reavalia-se a pertinência e adequação dos métodos e técnicas didáticas adotadas e são definidas estratégias a seguir. Para além da reunião conjunta é efetuada, sempre que necessário, uma reunião por área científica com o mesmo propósito. O coordenador do Curso também reúne, no início de cada semestre, com os estudantes para indagar a percepção dos estudantes acerca das metodologias de ensino e didáticas adotadas.*

### 6.3.1. Adaptation of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

*Before the beginning of each semester meetings are held with teachers of course and Scientific-Pedagogical Commission of the course to analyze the positive and less positive aspects detected in the semester of year immediately preceding and, according to this analysis, to reevaluate relevance and appropriateness of teaching methods and didactic techniques adopted and are defined strategies to follow. In addition is made, where necessary, a meeting by scientific area for the same purpose. The coordinator of the Course also meets at the beginning of each semester, with the students to investigate the students' perceptions about the teaching methods adopted.*

### 6.3.2. Verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

*É realizado um questionário semestral aos estudantes onde se afere, nomeadamente, o ajustamento da carga de trabalho em cada UC aos ECTS. Este procedimento é coordenado pelo Conselho Pedagógico da Escola (ESTG). A definição dos ECTS é feita com base na estimativa do número de horas de trabalho dos estudantes, sendo que esta contempla as diferenças entre as várias unidades curriculares. A relação estabelecida é de 1 ECTS por cada 27 horas de trabalho. A metodologia de aprendizagem e de avaliação às diferentes unidades curriculares contempla, diferenciadamente, componentes de realização de trabalhos individuais e em grupo, a leitura de textos recomendados, a preparação e apresentação de relatórios ou a resolução de casos de estudo ou exercícios práticos, além da necessidade de estudo para os momentos de avaliação individual (frequências*

e exames). A análise e distribuição dos ECTS é discutida em Conselho de departamento e aprovada pelos órgãos CTC e CP.

### 6.3.2. Verification that the required students average work load corresponds the estimated in ECTS.

*A survey is applied to students every six months measuring, particularly, the adjustment of the amount of work in each CU to ECTS. This procedure is coordinated by the Pedagogic Council. The definition of ECTS is based on the estimated number of hours of student work, taking into account the differences among the several CU. The established relationship is 1 ECTS for every 27 hours of work. Learning and assessment methods considered in the different C include, in a diverse manner, components of individual and group work conducting, text reading, preparation and submission of reports or the resolution of case studies and practical exercises, in addition to need to study for the individual assessment (frequency and exams). The analysis and distribution of ECTS is discussed in department council and approved by the Technical-Scientific Council and the Pedagogical Council.*

### 6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Tal como as metodologias de ensino, também os métodos de avaliação são avaliados antes do início de cada semestre, através da realização de uma reunião em que participam a comissão científico-pedagógica do curso e os docentes que irão lecionar no curso nesse semestre. Previamente à realização dessa reunião são recolhidas as propostas de método de avaliação (descrito detalhadamente) para todas as UC, para depois serem objeto de discussão e adaptação, sempre que se estas não estejam adequadas aos objetivos de aprendizagem. O coordenador do curso também reúne, no início de cada semestre, com os estudantes para indagar a percepção destes acerca dos métodos de avaliação adotados. Os inquéritos pedagógicos aplicados junto dos estudantes e dos docentes em cada semestre servem também como ferramenta para medir o grau de adequação percebido pelos inquiridos acerca dos métodos de avaliação.*

### 6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning outcomes.

*Along with the teaching methodologies, the methods of assessment are also evaluated before the start of each semester, in a meeting involving the scientific-pedagogical commission and the lecturers who will teach in the semester. Prior to this meeting, proposal of evaluation methods (described in detail) are collected for all UC, to be subject to discussion and adaptation, whenever these are not appropriate to the learning objectives. The course coordinator also meets at the beginning of each semester with students, to inquire about the perception of these concerning adopted assessment methods. Pedagogical surveys applied to students and teachers each semester also serve as a tool to measure the degree to perceived fit about the assessment methods.*

### 6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.

*As metodologias de ensino previstas incluem: ensino TP, PL, OT e S. As 3 primeiras têm um papel preponderante na introdução à atividade científica pelos estudantes. Nas TP, essas atividades passam pela leitura de textos de natureza científica ou académica recomendados pelos docentes e pela realização de trabalhos individuais e em grupo onde se exige o respeito pelas normas do trabalho científico - a definição do tema de pesquisa, o recurso à pesquisa de informação usando as bases de dados disponíveis na biblioteca, a estruturação do trabalho seguindo as normas, bem como a organização das referências bibliográficas. Nas PL, é possível transmitir competências apoiadas em tecnologias de informação, indispensáveis para a investigação científica: ferramentas de análise estatística, de bases de dados, entre outras. As OT visam acompanhar de forma mais personalizada dos alunos, ajudando-os a desenvolver a capacidade de estudo autónomo, fundamental para realização de atividades científicas.*

### 6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.

*The teaching methods include: TP, PL, OT and S. The first 3 have a prominent role in introducing students to scientific activity. In TP, these activities include: reading academic or scientific texts recommended by teachers and the development of individual or group works which demand respect for the norms of scientific work - the definition of the research topic, the use of information research using the available databases in the library, the structure of work following the rules, as well as the organization of bibliographic references. In PL, it is possible to transmit skills supported by information technology, indispensable for scientific research: statistical analysis tools, database, among others. The OT's aim is to monitor students in a more personalized way, helping them develop the capacity for self-study, essential for carrying out scientific activities.*

## 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	119	79	46
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	84	56	24
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	20	18	14
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	9	4	5
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	6	5	3
	<b>238</b>	<b>162</b>	<b>92</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.**

*A área científica em que se regista uma maior taxa de reprovação é a de Matemática, que inclui a UC Métodos Quantitativos (taxa de reprovação de 31%) e Estatística Aplicada ao Marketing (taxa de reprovação de 37%). As UC referidas estão ambas situadas no 1º ano do curso. Destacam-se também pela negativa as áreas científicas da Contabilidade (UC Contabilidade Financeira e Contabilidade de Gestão), Economia (UC Fundamentos de Economia) e Finanças (UC Finanças Empresariais), com taxas de reprovação situadas entre 20% e 26%. Todas estas UC estão igualmente situadas no 1º ano do plano de estudos. As áreas científicas com taxas de aprovação mais elevadas são: Marketing (atingindo taxas superiores a 90% em Distribuição e Merchandising e Comunicação Visual e Design Gráfico), Gestão (taxas superiores a 90% em Gestão e Negociação Comercial e Gestão de Recursos Humanos) e Tecnologias de Informação e Comunicação (para a qual contribui a taxa superior a 90% em Web Mk e Comércio Electrónico).*

**7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study cycle and related curricular units.**

*The scientific area which has a higher failure rate is Mathematics, which includes CU Métodos Quantitativos (failure rate of 31%) and Estatística Aplicada ao Marketing (failure rate of 37%). The above mentioned CU are both located in the 1st year of the study cycle. Also noteworthy, negatively, are the scientific areas of Accounting (CU Contabilidade Financeira and Contabilidade de Gestão), Economics (CU Fundamentos de Economia) and Finance (CU Finanças Empresariais), with failure rates between 20% and 26%. All these CU are also located in the 1st year of the curriculum. The subject areas with the highest approval rates are: marketing (reaching rates above 90% in Distribuição e Merchandising and Comunicação Visual e Design Gráfico), Management (rates beyond 90% in Gestão e Negociação Comercial and Gestão de Recursos Humanos) and Tecnologias de Informação e Comunicação (to which contributes the rate over 90% in Web Mk e Comércio Electrónico).*

**7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de acções de melhoria do mesmo.**

*São identificadas as áreas de maior insucesso – quer em termos de resultados quantificáveis, quer em termos de deficiências pedagógicas (através do relatório anual de curso e dos resultados dos inquéritos pedagógicos). Estas áreas são posteriormente analisadas, conjuntamente com os responsáveis das UCs, sendo a adequação dos métodos de avaliação ponderada. É igualmente avaliada a coordenação entre UCs e se os alunos desenvolveram as competências requeridas. São propostas ações de melhoria em termos de métodos de avaliação, pedagógicos e programa que serão levadas a cabo pelos professores no ano seguinte. Estas análises são levadas a cabo pela comissão científico-pedagógica do curso. Para este efeito, são realizadas reuniões antes do início de cada semestre, com todo o corpo docente envolvido no curso.*

**7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.**

*The areas with most deficiencies are identified - both in terms of quantifiable results and in terms of educational deficiencies (the course annual report and the results of educational surveys are used as support). These areas are then analyzed, together with the professors of each UC, and the appropriateness of the evaluation methods is considered. It's also assessed the coordination between different areas and if students developed the skills required. Actions are proposed for improvement in terms of evaluation methods, and educational program that will be carried out by teachers in the following year. These analyzes are carried out by the scientific and pedagogical committee. For this purpose meetings are held before the beginning of each semester, with all the teaching staff.*

**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	87.6
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de actividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	0
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	87.6
	<b>175.2</b>

## 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.

*Exemplos de Centros de Investigação em que se enquadram os docentes:*

*CIGS - Centro de Investigação em Gestão para a Sustentabilidade - IPL - não submetido a classificação externa.*  
*GlobAdvantage - Center of Research in International Business & Strategy - IPL (Classificação FCT: Poor)*  
*Dinâmia – CET - ISCTE, classificação FCT Excelente (Dinâmia) e Bom (CET)*  
*CAPP – ISCSP - classificação Excelente (FCT)*  
*ADVANCE – Centro de Investigação Avançada em Gestão do ISEG, Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade Técnica de Lisboa.*  
*BRU-UNIDE (Business Research Unit), ISCTE-IUL (classificação FCT: Muito Bom)*  
*GIINCO - Grupo Internacional de Investigación Neuro-Conductual, Universidad del Norte-Universidad de San Buenaventura, Colômbia (<http://web.usbmed.edu.co/usbmed/investigaciones/grupos/giinco/>), classificado com B.*  
*Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas - GOVCOPP – Universidade de Aveiro (Classificação FCT: Muito Bom)*

#### 7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study cycle and its mark.

*Examples of Research Centres in which teaching staff is involved:*

*CIGS - Management for Sustainability Research Center - IPL - not submitted to any external evaluation.*  
*GlobAdvantage - Center of Research in International Business & Strategy - Polytechnic Institute of Leiria (classification FCT: Poor)*  
*Dinâmia – CET - ISCTE, classification FCT: Excellent (Dinâmia) and Good (CET)*  
*CAPP – ISCSP - classification FCT: Excellent*  
*ADVANCE – Advanced Research Centre in Management, ISEG, Technical University of Lisbon.*  
*BRU-UNIDE (Business Research Unit), ISCTE-IUL (classification FCT: Very Good)*  
*GIINCO - Grupo Internacional de Investigación Neuro-Conductual, Universidad del Norte-Universidad de San Buenaventura, Colômbia (<http://web.usbmed.edu.co/usbmed/investigaciones/grupos/giinco/>), classified with B.*  
*GOVCOPP - Research Unit in Governance, Competitiveness and Public Policy – University of Aveiro (classification FCT: Very Good)*

#### 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.

26

#### 7.2.3. Outras publicações relevantes.

*Marques, A. (2012). Marketing Relacional – Como transformar a fidelidade dos clientes numa vantagem competitiva. Lisboa: Edições Sílabo.*  
*Filipe Mota Pinto Editor of Model and Data Engineering (2011). Lecture Notes in Computer Science, Springer Verlag, 2011.*  
*Pinto, FM e Guarda, T. (2011) Database Marketing Process Supported by Ontologies: a Data Mining System Architecture Proposal in New Fundamental Technologies in Data Mining (chapter), Kimito Funatsu (Ed.) InTech: pp 19-42.*  
*Ferreira, M., Santos, J. & Reis, N. e T. Marques (2011). Gestão Empresarial: Casos de estudo. Lidel Edições Técnicas.*  
*Dantas, J. (2011). O Desenvolvimento de Novos Serviços. In Dantas, J. & Moreira, A. O Processo de Inovação (PP. 189-232). Lisboa: Lidel.*  
*Ferreira, M.P., Reis, N. & Serra, F. (2009). Marketing para empreendedores e pequenas empresas. Lisboa: Lidel, Ed. Técnicas.*  
*Lisboa, A. (2007) Country of origin: perceptions of Portuguese in Chantal Ammi (Ed.) The Global Consumer Behavior, INT Evry. France.*

### 7.2.3. Other relevant publications.

- Marques, A. (2012). *Marketing Relacional – Como transformar a fidelidade dos clientes numa vantagem competitiva*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Filipe Mota Pinto Editor of *Model and Data Engineering* (2011). *Lecture Notes in Computer Science*, Springer Verlag, 2011.
- Pinto, FM e Guarda, T. (2011) *Database Marketing Process Supported by Ontologies: a Data Mining System Architecture Proposal in New Fundamental Technologies in Data Mining* (chapter), Kimito Funatsu (Ed.) *InTech*: pp 19-42.
- Manuel Ferreira, M., Santos, J. & Reis, N. (2011) *Gestão Empresarial: Casos de estudo*. Lidel Edições Técnicas.
- Dantas, J. (2011). *O Desenvolvimento de Novos Serviços*. In Dantas, J. & Moreira, A. *O Processo de Inovação* (PP. 189-232). Lisboa: Lidel.
- Ferreira, M.P., Reis, N. & Serra, F. (2009). *Marketing para empreendedores e pequenas empresas*. Lisboa: Lidel, Ed. Técnicas.
- Lisboa, A. (2007) *Country of origin: perceptions of Portuguese in Chantal Ammi* (Ed.) *The Global Consumer Behavior*, INT Evry. France.

### 7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.

*O corpo docente deste ciclo de estudos caracteriza-se, em grande medida, por estar nos estádios iniciais da atividade de investigação, tendo concluído recentemente o seu Doutoramento, ou estando ainda a terminar esse grau. Ainda assim, a investigação levada a cabo pelo corpo docente (abrangendo temas como Marketing Internacional, Marketing Relacional, Neuromarketing, Comunicação, Inovação e Empreendedorismo, Gestão, Controlo Interno, Economia Industrial, Economia Regional, etc) tem tido uma boa aceitação na comunidade académica, bem como no meio empresarial. Esta investigação tem sido desenvolvida, quer em centros de investigação (associados ao IPL e a outras IES), quer individualmente. Os centros de investigação associados ao IPL (nomeadamente, o CIGS) têm também contribuído para o desenvolvimento económico local, através das formações e serviços de consultoria que têm prestado às empresas em diversos domínios das ciências empresariais, incluindo o Marketing.*

### 7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.

*The teaching staff of this study cycle is characterized largely by being in the early stages of research activity, having recently completed PhD, or still being finishing this degree. Yet, the research conducted by teaching staff (covering topics such as International Marketing, Relationship Marketing, Neuromarketing, Communication, Innovation and Entrepreneurship, Management, Internal Control, Industrial Economics, Regional Economics, etc.) has had a good acceptance in the academic community as well as in the business network. This research has been developed both in research centers (associated with the IPL and other HEIs) or individually. The research centers associated with the IPL (in particular, CIGS) have also contributed to local economic development, through training and consulting services that are provided to companies in various fields of business sciences, including Marketing.*

### 7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.

*Exs.:*

- “Demografia economicamente sustentável – Reverter o declínio em áreas periféricas”, (PTDC/CSDEM/100530/2008); parceria: U. de Aveiro, Coimbra e Beira Interior e Institutos Politécnicos de Leiria e Castelo Branco; membro: Ana Sargento.*
- “ERAS – Expeditious Reconstruction of Virtual Cultural Heritage Sites”, (PTDC/EIA-EIA/114868/2009); parceria: IPL, UTAD, FE/UP, INESC Porto. Membro: Alexandrino Gonçalves.*
- Observatório das Marcas (<http://www.observatoriodemarcas.org/>), Ass. Intern. Investigadores em Branding (3 docentes do ciclo de estudos membros fundadores da Associação, em parceria com investigadores da Alemanha, Brasil, Chile, Espanha, EUA, Portugal e Oman).*
- “A Construção das Marcas na Cadeia Produtiva de Leite” (2008-2011), UNIVATES, Brasil; Financiado: Univates, CNPq e Funadesp. Membro: Carminda Silvestre.*
- Projetos multimédia para o Museu da Comunidade Concelhia da Batalha; parceria: C.M. da Batalha e ESTG/IPL; coordenador do projeto: Alexandrino Gonçalves.*

### 7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.

*Exs.:*

- “Economically Sustainable Demography - Reversing decline in peripheral areas” (PTDC/CSDEM/100530/2008); partnership: U. Aveiro, Coimbra and Beira Interior and Polytechnics of Leiria and Castelo Branco, member: Ana Sargento.*
- “ERAS - expeditious Virtual Reconstruction of Cultural Heritage Sites” (PTDC/EIA-EIA/114868/2009); partnership: IPL, UTAD, FE / UP, INESC Porto. Member: Alexandrino Gonçalves.*
- Observatory of Brands (<http://www.observatoriodemarcas.org/>) Ass Intern. Investigadores em Branding (3 teachers as founding members of the Association, in partnership with researchers from Germany, Brazil, Chile, Spain, USA, Portugal and Oman).*
- “Building Brands in the Dairy Production Chain” (2008-2011), UNIVATES, Brazil; Funded: Univates, CNPq and*

*Funadesp. Member: Carminda Silvestre.*

*Multimedia projects for the Museu da Comunidade Concelhia da Batalha; partnership: Batalha Municipality and ESTG / IPL, project coordinator: Alexandrino Gonçalves.*

#### **7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.**

*As actividades científicas realizadas no âmbito de projetos financiados por entidades externas são geralmente objeto de monitorização regular, que por norma consiste na apresentação obrigatória de relatórios de progresso, cujo objetivo é fazer o ponto da situação sobre o andamento dos trabalhos. Estes marcos são úteis para corrigir eventuais desvios face às metas traçadas inicialmente (quer em termos de execução material do projeto, quer de execução financeira).*

*A avaliação interna e externa das unidades de investigação é também uma ferramenta essencial para melhorar o seu desempenho.*

#### **7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.**

*Scientific activities carried out under projects funded by external entities are generally subject to regular monitoring, which usually consists of the mandatory delivery of progress reports, whose objective is to report evolution on the ongoing work. These milestones are useful to correct any deviations from the initially established goals (whether in terms of material execution of the project, or in terms of financial execution).*

*Internal and external evaluation of research units is also an essential tool to improve their performance.*

### **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.**

*O principal elo de ligação entre o curso e a comunidade ocorre através da UC Projeto de Marketing, cujo objetivo consiste em aplicar de forma integrada os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, culminando com a apresentação de um projeto elaborado pelos estudantes que, na maior parte dos casos, visa responder a necessidades específicas de empresas ou outras entidades.*

*Prevê-se que, ainda este ano letivo, a prestação de serviços à comunidade pelos estudantes seja formalizada através de uma Júnior Empresa, cuja constituição está a ser liderada por parte de um grupo de estudantes do 2º ano de Marketing.*

*Os docentes do curso lecionam em Mestrados (no Mestrado em Marketing Relacional e outros) e Pós-Graduações (nomeadamente, na Pós-Graduação em Web Marketing). Prestam também serviços de consultoria, nomeadamente no âmbito do Programa de Formação PME/Iniciativa Formação para Empresários (protocolo IPLeiria/Airo e Nerlei) e serviços a empresas através da Incubadora Dom Dinis.*

#### **7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training.**

*The main link between the course and the community occurs through the CU Projeto de Marketing, which aims to apply an integrated knowledge gained throughout the course, culminating with the presentation of a project developed by students that, in most cases, seeks to meet specific needs of companies or other entities.*

*It is expected that during this academic year, the provision of services to community by students can be formalized by a Junior Company, whose constitution is being led by a group of students of 2nd year of this study cycle.*

*Teachers of this study cycle teach in the Master degree courses (Master in Marketing Relacional and others) and Postgraduate (including in Web Marketing). They also provide consultancy services, particularly within the SME Training Programme / Initiative Training for Entrepreneurs (protocol IPLeiria / AIRO and NERLEI) and services to companies through Incubadora Dom Dinis.*

#### **7.3.2. Contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a acção cultural, desportiva e artística.**

*Dado que o tecido empresarial regional e até nacional se caracteriza por uma elevada percentagem de pequenas e médias empresas com necessidades de pessoal qualificado, em particular na área das ciências empresariais, o Curso tem uma importante contribuição para o desenvolvimento e expansão dos negócios das empresas existentes e na criação de novas empresas. Os próprios estudantes têm uma contribuição importante para a comunidade em geral, nomeadamente empresas, associações empresariais, associações desportivas e outras entidades, através do desenvolvimento de trabalhos e projetos inseridos em diversas unidades curriculares que têm como objetivo responder a necessidades específicas dessas entidades. Ao nível de cultura científica, para além das publicações contabilizadas em 7.2.2, os docentes são também autores publicações em revistas nacionais, em livros de atas nacionais e estrangeiros e ainda em capítulos de livros.*

#### **7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.**

*As the regional and even national businesses are characterized by a high proportion of small and medium enterprises in need of qualified personnel, particularly in the area of business sciences, the course has an*

*important contribution to the development and business expansion of existing businesses and in the creation of new companies. The students themselves have an important contribution to the wider community, including companies, business associations, sports associations and other entities through the development of studies and projects inserted in several curricular units that aim to address specific needs of these entities. Concerning scientific culture, in addition to the publications reported in 7.2.2, teachers have publications in national journals, in national and foreign proceedings and also in chapters of books.*

### 7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado.

*A comunicação ao exterior sobre a instituição e sobre a oferta formativa é feita de uma forma concertada em todas as Unidades Orgânicas, respeitando a identidade Institucional. Toda a informação de relevo inerente aos cursos é divulgada em local de destaque na página institucional, designadamente: plano de estudos (publicado em diário da república); objetivos; coordenador do curso; condições de acesso; entrevistas a candidatos, júri de candidaturas, resultados provisórios e finais (quando aplicável); horário; local de funcionamento; propina; regulamento aplicável, etc. Para além desta informação, através Portal dos Estudantes do IPL (criado este ano letivo - <http://estudantes.ipleiria.pt/Pages/default.aspx>) é possível a qualquer pessoa (da comunidade académica do IPL ou não) aceder a informação pertinente sobre o funcionamento, atividades e resultados dos nossos cursos (designadamente: pautas de avaliação, sumários das aulas, calendários, horários, eventos em destaque, etc)*

### 7.3.3. Adequacy of the information made available about the institution, the study cycle and the education given to students.

*The disclosure of our training offer is done in a collaborative way in all Organic Units, respecting the Institutional identity. All the relevant information concerning the courses is disclosed at a prominent location on our institute's website, namely: study plan (published in the Diário da República (Official Gazette); objectives; course coordinator; access conditions; candidate interviews, jury for the applications, temporary and final results (whenever applicable); timetable; location; tuition fees; applicable regulation, among others. Besides this information, it is now possible (through the Students' Webpage, created this year - <http://estudantes.ipleiria.pt/Pages/default.aspx>, and open to anyone - belonging to the academic community or not), to access important information concerning current functioning, activities and results of courses (including: evaluation marks, summaries of lectures, timetables, schedules, events, etc)*

### 7.3.4. Nível de internacionalização

#### 7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros / Percentage of foreign students	2
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	0
	<b>4</b>

## 8. Análise SWOT do ciclo de estudos

### 8.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

#### 8.1.1. Pontos fortes

1. *Objetivos do ciclo de estudo bem definidos, baseados no desenvolvimento de competências.*
2. *Enfoque no requisito de criação de autonomia e auto exigência na aprendizagem, essenciais para uma capacidade de adaptação a uma realidade em constante mudança.*
3. *Referência explícita à importância da aprendizagem ao longo da vida.*
4. *Objetivos coerentes com a missão da ESTG e do IPLeiria.*
5. *Competências adquiridas úteis para a inserção profissional.*
6. *Formação de profissionais com interesse estratégico para o tecido empresarial da região.*
7. *Objetivos dados a conhecer à comunidade interna e externa através da página da ESTG e do IPL, bem como no portal do estudante.*

#### 8.1.1. Strengths

1. *Well defined study cycle objectives, based on skills development.*
2. *Focus on autonomy and self-learning requirements, essential for an ability to adapt to a changing reality.*
3. *Explicit reference to lifelong learning importance.*
4. *Objectives consistent with the ESTG and IPLeiria mission.*

5. *Acquired skills useful for employability.*
6. *Training of professionals with strategic interest to the business in the region.*
7. *Goals made known to the community through the internal and external webpage ESTG and IPL, as well as the students' portal.*

#### 8.1.2. Pontos fracos

1. *Reduzida divulgação dos objetivos junto dos principais empregadores da região e reduzida participação do meio empresarial na definição dos objetivos.*
2. *Reduzido enfoque na prestação de serviços à comunidade envolvente, na área específica do ciclo de estudos.*
3. *Os objetivos não mencionam de modo explícito a importância das oportunidades de internacionalização dos estudantes promovidas pelo curso*
4. *Os objetivos não mencionam de modo explícito a oportunidade, proporcionada pelo regime de ensino a distância, de alargamento de frequência a estudantes de grupos sub-representados (nomeadamente, trabalhadores-estudantes, estudantes com dificuldades monetárias que os impeçam de estudar fora de casa ou estudantes com dificuldades de deslocação).*

#### 8.1.2. Weaknesses

1. *Limited dissemination of objectives towards the main employers in the region and reduced participation of them in defining the study cycle objectives.*
2. *Reduced focus on providing services to the surrounding community, in the specific area of the study cycle.*
3. *The objectives do not explicitly mention the importance of international opportunities for students provided by the course.*
4. *The objectives do not mention explicitly the opportunity, provided by the system of distance education, of extending the frequency to students from underrepresented groups (eg, working students, students with monetary difficulties that prevent them from studying away from home or students with difficulties of travel).*

#### 8.1.3. Oportunidades

1. *O curso contribui para a consolidação do projeto educativo e científico da ESTG e IPL;*
2. *Implementação numa zona de forte intensidade empresarial ao nível das PME's, com fortes necessidades colaboradores na área de Marketing.*
3. *Captar mais estudantes que são profissionais em exercício nas empresas – a formação em regime EaD permite a conjugação de uma profissão com o estudo.*
4. *Empresas com interesse crescente em estabelecer parcerias com o ciclo de estudos, nomeadamente através da UC Projeto de Marketing.*
5. *Captação de profissionais atualmente desempregados que procuram requalificar-se*

#### 8.1.3. Opportunities

1. *The study cycle contributes to the consolidation of ESTG and IPL educational and scientific project.*
2. *It is located in a region characterized by intensive SMEs business, with strong needs of employees in the Marketing scientific area.*
3. *Attract more students who are working professionals in business - distance education system allows the combination of a profession with the study.*
4. *Companies with growing interest in establishing partnerships with the study cycle namely through CU Marketing Project.*
5. *Attracting professionals currently unemployed seeking for re-qualification*

#### 8.1.4. Constrangimentos

1. *O IPL é uma instituição relativamente recente no quadro da oferta formativa superior em Portugal, tendo dificuldade de competir pela atração de estudantes com outras Universidades de maior reputação;*
2. *A localização da Escola numa região com desemprego crescente pode dificultar o ingresso de estudantes;*
3. *A crise económica e financeira portuguesa que, reduzindo a capacidade financeira da população, se pode refletir numa diminuição de estudantes no ensino superior.*

#### 8.1.4. Threats

1. *IPL is a relatively new institution within the higher educational offer in Portugal, struggling to compete by attracting students from other universities with greater reputation;*
2. *The location of the school in a region with rising unemployment may hinder the entry of students;*
3. *The Portuguese financial and economic crisis, that reduces the financial capacity of the population, may originate a students' decrease in higher education.*

## 8.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

---

#### 8.2.1. Pontos fortes

1. *A definição de um sistema interno de garantia de qualidade orientado para a melhoria contínua constitui um dos objetivos do plano estratégico da instituição para o quadriénio 2010-2014. Assim, existe um comprometimento institucional e aposta na política interna de garantia da qualidade e nos mecanismos para a*

assegurar.

2. *Encontram-se definidos os principais intervenientes assim como as responsabilidades atribuídas. A um nível institucional alargado, participam neste sistema os órgãos do IPL, que incluem dirigentes, pessoal docente e não-docente, estudantes e parceiros externos. Ao nível do ciclo de estudos, as principais responsabilidades centralizam-se no coordenador de curso a quem cabe toda a coordenação pedagógica e científica do curso.*

3. *Encontra-se em desenvolvimento o Manual que servirá de base a todo o Sistema Interno de Garantia da Qualidade do IPL, no qual ficarão efetivamente caracterizados os principais mecanismos, processos e intervenientes.*

#### **8.2.1. Strengths**

1. *One of the goals included in the institute's Strategic Plan for 2010/2014 is the definition of an internal system of quality assurance, which aims at providing a continuous improvement, and establishes an institutional compromise, as well as a focus on the internal policy on quality assurance and the adequate mechanisms to ensure its implementation.*

2. *The main participants and their responsibilities are established in the Strategic Plan for 2010/2014. In a broad institutional level, this system includes the institute's ruling bodies, academic staff, non-academic staff, students, and external partners. Concerning each degree programme, the course coordinator holds most responsibilities, since s/he is in charge of the degree's pedagogical and scientific coordination.*

3. *A handbook that will be the basis of the institute's internal system of quality assurance is under development, and will include the definition of the main mechanisms, processes, and participants.*

#### **8.2.2. Pontos fracos**

1. *Alguns dos procedimentos inerentes ao sistema interno de garantia da qualidade, apesar de definidos não estão ainda a ter uma efetiva implementação. O sistema não foi amplamente divulgado, existindo dificuldades em assegurar o envolvimento regular dos estudantes que não participam diretamente nos órgãos, assim como dos parceiros externos.*

#### **8.2.2. Weaknesses**

1. *Some procedures regarding the internal system of quality assurance have not yet been implemented, even though they have been defined. The system hasn't been widely publicized, and there are some difficulties ensuring the participation of students, especially those who are not involved in a school body, as well as external partners.*

#### **8.2.3. Oportunidades**

1. *Os referenciais definidos pela A3ES e todo o suporte fornecido como apoio ao processo de certificação dos Sistemas Internos de Garantia da Qualidade permitem uma uniformização dos procedimentos e a existência de pontos de referência comuns às várias instituições, o que resulta numa maior sensibilização dos envolvidos para a questão da garantia da qualidade.*

2. *Seguindo as orientações expressas nestes referenciais, encontra-se em desenvolvimento o Manual que servirá de base a todo o Sistema Interno de Garantia da Qualidade do IPL. A concretização do Sistema neste suporte documental permitirá uma divulgação alargada e conseqüente envolvimento da comunidade académica com vista a uma maior participação e conhecimento das responsabilidades inerentes, assim como a obtenção de feedback que permita a revisão e avaliação do próprio sistema.*

#### **8.2.3. Opportunities**

1. *The guidelines defined by A3ES, and the mechanisms supporting the auditing of the internal systems of quality assurance allow a standardization of the procedures, as well as the definition of common guidelines to all institutions, which raises awareness of quality assurance among those involved.*

2. *A handbook, which considers those guidelines, and that will be the basis of the institute's internal system of quality assurance, is being developed. This handbook will allow a wide dissemination of quality issues, and the consequent involvement of the academic community, aiming at obtaining a larger participation and raising awareness to the responsibilities, as well as getting the feedback that will allow amending and assessing the system.*

#### **8.2.4. Constrangimentos**

1. *A definição e concretização no Manual de suporte ao Sistema das principais responsabilidades, intervenientes, mecanismos, processos e fluxos de informação, representa um acréscimo ao nível da burocracia e carga de trabalho associada.*

2. *A conjuntura socioeconómica atual impossibilita a afetação dos recursos humanos e materiais necessários ao pleno desenvolvimento e implementação do Sistema Interno de Garantia da Qualidade.*

#### **8.2.4. Threats**

1. *The main responsibilities, participants, mechanisms, processes, and information flows will be defined in the handbook that will be the basis of the institute's internal system of quality assurance, and will represent an*

*increase in bureaucracy and workload.*

*2. The current social and economic climate does not allow the institute to assign the necessary human and material resources to the development and implementation of its Internal System of Quality Assurance.*

## **8.3. Recursos materiais e parcerias**

---

### **8.3.1. Pontos fortes**

- 1. Instalações físicas adequadas ao ciclo de estudos, ao nível de salas de aula, laboratórios, salas de apoio, gabinetes de docentes, etc.*
- 2. Equipamentos adequados ao ciclo de estudos.*
- 3. Todas as UC utilizam como suporte a plataforma de ensino a distância (neste caso, o Moodle), através da qual são disponibilizados todos os recursos inerentes à UC, e estabelecida a comunicação fora da sala de aula entre docentes e estudantes.*
- 4. Oferta diversificada de parcerias internacionais ao nível de mobilidade internacional.*
- 5. Elevada percentagem (80%) de projetos direcionados para empresas e outras entidades (elaborados no âmbito da UC Projeto de Marketing).*
- 6. Crescente dinamismo dos estudantes e docentes ao nível de ações que potenciem o relacionamento com o meio empresarial e setor público.*
- 7. Corpo docente fortemente empenhado em aumentar a participação em projetos / parcerias internacionais.*
- 8. Corpo docente com elevado nível de relacionamento com outras IES nacionais.*

### **8.3.1. Strengths**

- 1. Appropriate physical facilities, concerning classrooms, laboratories, support rooms, faculty offices, etc..*
- 2. Appropriate equipments.*
- 3. Every CU uses Moodle (our distance education support platform), through which all the CU resources are made available, and communication outside the classroom is established between teachers and students.*
- 4. Broad range of international partnerships at the level of international mobility.*
- 5. High percentage (80%) of projects targeted to businesses and other entities (prepared under the UC Marketing Project).*
- 6. Increasing dynamism of students and teachers regarding actions that strengthen the relationship with business and public sector.*
- 7. Faculty strongly committed to increasing participation in projects / international partnerships.*
- 8. Faculty with a high level of relationship with other national IES.*

### **8.3.2. Pontos fracos**

- 1. Baixo grau de envolvimento com outras IES nacionais através de parcerias que associem os estudantes.*
- 2. Baixa participação dos estudantes em estágios de verão.*
- 3. Inexistência de um laboratório dedicado ao curso de Marketing, dotado de equipamentos adequados para a realização de experiências no âmbito de UC nucleares do curso.*

### **8.3.2. Weaknesses**

- 1. Low degree of involvement with other HEIs through national partnerships involving students.*
- 2. Low participation of students in summer internships.*
- 3. Absence of a laboratory dedicated to Marketing, with facilities suitable for conducting experiments under nuclear area's curricular units.*

### **8.3.3. Oportunidades**

- 1. Legislação recente sobre estágios extra-curriculares, aumentando a possibilidade de envolvimento do meio empresarial com o ciclo de estudos.*
- 2. Entrada em vigor e previsível aumento da atividade do Consórcio Erasmus Centro, envolvendo todos os IP da Região Centro, que estimulará não só as parcerias internacionais (entre IES e empregadores), como também as parcerias entre diferentes IES nacionais.*
- 3. Razoável nível de financiamento europeu para projetos / parcerias internacionais envolvendo IES.*
- 4. Oportunidade, criada pela experiência adquirida da modalidade de ensino a distância, de o IPL poder vir a participar numa eventual parceria entre diferentes IES nacionais para ministrar cursos em EaD de forma partilhada.*
- 5. Sensibilidade crescente do meio empresarial para as vantagens decorrentes da aproximação ao meio académico.*

### **8.3.3. Opportunities**

- 1. Recent legislation on extra-curricular internships, increasing the possibility of involvement with the business network.*
- 2. Entry into force and expected increased activity of Consórcio Erasmus Centro, involving all the polytechnic institutes of Região Centro, which not only stimulates international partnerships (between HEIs and employers), as well as partnerships between different national higher education institutions.*
- 3. Reasonable level of European funding for international projects / partnerships involving HEIs.*

4. *Opportunity created to IPL by the experience of distance learning mode, of being able to participate in a possible partnership between different national higher education institutions for shared courses in distance learning mode.*
5. *Growing awareness of the business community to the benefits of approaching academia.*

#### 8.3.4. Constrangimentos

1. *Dificuldades de financiamento sentidas atualmente por todas as IES nacionais, colocando em causa a adequada manutenção das instalações e equipamentos existentes, bem como o seu alargamento.*
2. *Ambiente de baixa cooperação institucional entre diferentes IES nacionais, promovido em parte pela incerteza sobre o programa de reorganização da rede pública de ensino superior.*

#### 8.3.4. Threats

1. *Financial difficulties currently experienced by all the national IES, putting into question the proper maintenance of existing facilities and equipment, as well as their extension.*
2. *Environment of low institutional cooperation between different national higher education institutions, caused in part by the uncertainty about the program intending to reorganize public network of higher education.*

## 8.4 Pessoal docente e não docente

---

#### 8.4.1. Pontos fortes

1. *87% dos docentes afetos ao ciclo de estudos estão em tempo integral*
2. *92% dos docentes em tempo integral afetos ao ciclo de estudos estão na ESTG há mais de 3 anos*
3. *60% dos docentes docentes em tempo integral afetos ao ciclo de estudos possuem grau de doutor*
4. *75% dos docentes docentes em tempo integral afetos ao ciclo de estudos ainda não doutorados, estão inscritos em doutoramento há mais de 1 ano,*
5. *Equipa docente jovem, doutorada há pouco tempo ou a concluir doutoramento, com forte potencial de desenvolvimento de atividades científicas.*
6. *Número e regime de dedicação do pessoal não docente adequado ao funcionamento do ciclo de estudos*
7. *Qualificação, formação avançada e procedimentos de avaliação do pessoal não docente adequados ao funcionamento do ciclo de estudos*

#### 8.4.1. Strengths

1. *87% of study cycle's academic staff has a full-time link (FTL) to the institution*
2. *92% of FTL study cycle's academic staff works in the institution for more than 3 years*
3. *60% of FTL study cycle's academic staff has a PhD degree*
4. *75% of the FTL study cycle's academic staff which has not a PhD degree, is enrolled in doctoral degree for more than one year,*
5. *young academic staff with recently completed PhD or still enrolled in doctoral degree, with strong potential for scientific activities development.*
6. *Adequate number and work regime of non-academic staff allocated to the study cycle*
7. *Appropriate qualification, advanced training and assessment procedures of non-academic staff allocated to the study cycle.*

#### 8.4.2. Pontos fracos

1. *Por motivos inerentes à distribuição do serviço docente entre os diversos cursos de 1º ciclo e de 2º ciclo, e pelo facto de ter sido recentemente alterada a lista de docentes responsáveis por cada UC, este ano letivo uma grande parte dos docentes responsáveis pelas UC não está a lecionar no ciclo de estudos.*
2. *Nenhum docente possui, até ao momento, o título de especialista.*
3. *21% dos docentes ETI apenas com grau licenciado (embora destes, 75% estejam inscritos em doutoramento há mais de 1 ano)*
4. *Investigação científica incipiente por parte do corpo docente ainda muito focado na investigação associada à obtenção do grau de doutor.*
5. *Não se encontra definido o regulamento que permitirá a avaliação de desempenho dos docentes em termos científicos e pedagógicos nos termos do Estatuto da Carreira do Pessoal Docente do Ensino Superior Politécnico.*

#### 8.4.2. Weaknesses

1. *For reasons related with teaching service distribution among the various courses of the 1st cycle and 2nd cycle, and by the fact that it was recently amended the list of responsible teachers for each UC, this academic year a large proportion of teachers responsible for the UC does not teach in the study cycle.*
2. *No teacher has, to date, the title of specialist.*
3. *21% of FTL teachers has only graduate degree (although of these, 75% are enrolled in doctoral degree for more than 1 year)*
4. *Incipient scientific research by a faculty staff which is still very focused on research associated with the doctoral degree.*
5. *It is not yet defined the regulation that will allow teachers' performance evaluation in scientific and*

*pedagogic terms, under the Statute of the Teaching Personnel Career of Polytechnic Superior Education.*

#### **8.4.3. Oportunidades**

*1. Disponibilidade crescente por parte do corpo docente (após conclusão do grau de doutoramento) para criar ou fortalecer equipas de investigação entre docentes, nas áreas do ciclo de estudos.*

#### **8.4.3. Opportunities**

*1. Increasing availability of faculty (after completion of a doctoral degree) to create or strengthen research teams of teachers in the areas of the course.*

#### **8.4.4. Constrangimentos**

- 1. Dificuldades de financiamento, que poderão forçar a necessidade de aumentar a carga horária de serviço docente semanal (para além das 12h atuais), colocando ainda mais dificuldades ao desenvolvimento de investigação científica.*
- 2. Dificuldades de financiamento, que têm levado à não renovação de contratos de pessoal não docente, afetos a serviços de apoio genérico a todos os ciclos de estudos.*
- 3. Provável não renovação de contrato de pessoal docente em tempo parcial, contratados na fase em que uma boa parte do corpo docente se encontrava em doutoramento e, por esse motivo, com redução no serviço docente.*

#### **8.4.4. Threats**

- 1. Financing difficulties, which may force the need to increase the teaching hours per week (in addition to the current 12 hours), causing even more difficulties to the development of scientific research.*
- 2. Financing difficulties, which have led to non-renewal of non-academic staff contracts allocated to generic support services*
- 3. Probable non-renewal of part-time contracts of academic staff, initiated when a considerable part of the faculty was in doctoral studies and, therefore, had a reduction in teaching duties.*

## **8.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem**

---

#### **8.5.1. Pontos fortes**

- 1. Número total de candidatos nos últimos 4 anos situado acima de 200, para 40 vagas*
- 2. Número de candidatos em primeira opção superior ao número de vagas disponíveis.*
- 3. Estruturas e medidas de apoio pedagógico, de apoio à integração e de acompanhamento dos estudantes adequadas ao ciclo de estudos.*
- 4. Estruturas e medidas para promover a mobilidade adequadas*
- 5. Aplicação semestral de questionários aos estudantes, cujos resultados são usados na elaboração da avaliação anual do curso (através do relatório anual elaborado pelo coordenador de curso), no sentido de elencar propostas de melhoria para o ano letivo seguinte*
- 6. Estudantes dinâmicos na organização de atividades extra-curriculares.*
- 7. Elevado nível de envolvimento entre estudantes e docentes.*

#### **8.5.1. Strengths**

- 1. Total number of candidates in the last four years situated above 200, for a total of 40 vacancies.*
- 2. Number of first option candidates exceeds the number of available vacancies.*
- 3. Appropriate structures and measures of pedagogic support and counseling on the students' academic path, as well as adequate measures to promote the students' integration into the academic community.*
- 4. Appropriate structures and measures for promoting mobility,*
- 5. Application of questionnaires to students, in each semester, whose results are used in preparing the annual evaluation of the course (through the annual report prepared by the course coordinator) in order to list improvement proposals for the following school year*
- 6. Dynamic students in terms of extra-curricular activities organization.*
- 7. High level of engagement between students and teachers.*

#### **8.5.2. Pontos fracos**

- 1. Reduzida divulgação do relatório de avaliação anual do curso junto de todos os estudantes do curso.*
- 2. Parceiros de programas de mobilidade internacional com reduzida oferta de UC específicas da área de Marketing (embora com oferta alargada na área da Gestão), limitando em alguns casos a oportunidade de internacionalização para os estudantes de Marketing.*
- 3. Reduzido acompanhamento da situação face ao emprego dos diplomados (após conclusão do curso).*

#### **8.5.2. Weaknesses**

- 1. Reduced dissemination of the annual evaluation report among all students on the study cycle.*
- 2. International mobility programs' partners with reduced offer of CU specific to Marketing scientific area (albeit with wide offer in Management area), in some cases limiting the opportunity of internationalization for Marketing students.*

### 3. *Reduced monitoring of the situation in relation to employment of graduates (after graduation).*

#### 8.5.3. Oportunidades

1. *Aumento da procura pelo ciclo de estudos proveniente de estudantes da região (possivelmente com notas de entrada superiores), resultante de menor propensão (por motivos económico-financeiros) para estudar fora da zona de residência.*
2. *Tendência futura de aumento dos níveis médios de escolaridade das famílias de origem dos estudantes.*

#### 8.5.3. Opportunities

1. *Increased demand for the study cycle originated by students from the region (possibly with higher entrance marks), resulting from a lesser propensity (for economic and financial reasons) to study outside the residence.*
2. *Future trend of increased average education levels of the students' families.*

#### 8.5.4. Constrangimentos

1. *Nota mínima de entrada baixa (rondando os 11 valores)*
2. *Quase ¼ dos estudantes são provenientes de famílias com baixo nível de formação (escolaridade dos pais correspondente ao 1º ciclo do ensino básico)*
3. *Dificuldades de financiamento podem colocar em causa as bolsas de apoio aos programas de mobilidade.*
4. *Risco de abandono associado ao aumento dos casos de desemprego nas famílias de origem dos estudantes.*

#### 8.5.4. Threats

1. *Low minimum entrance mark (around 11 values)*
2. *Almost ¼ of the students are from families with lower education (parents' education corresponding to the 1st cycle of basic education)*
3. *Financial difficulties may jeopardize the mobility programs' scholarships.*
4. *Risk of dropping out associated with the increase of unemployment cases on students' families.*

## 8.6. Processos

---

#### 8.6.1. Pontos fortes

1. *Definição adequada dos processos de aprendizagem e de aquisição de competências, quer genéricas, quer específicas.*
2. *Estrutura curricular coerente com os princípios do processo de Bolonha*
3. *Existência de mecanismos que asseguram a adequação das metodologias de ensino, de avaliação e da carga média de trabalho em função dos ECTS estimados.*
4. *Estrutura curricular com peso predominante da área científica de Marketing, mas contando também com uma adequada base de formação em gestão, contribuindo assim para uma empregabilidade maior dos diplomados.*

#### 8.6.1. Strengths

1. *Proper definition of learning and competencies acquisition processes, whether generic or specific.*
2. *Curricular structure consistent with the principles of the Bologna process*
3. *Available mechanisms to guarantee the appropriateness of teaching and assessment methodologies, as well as the average work load, according to the estimated ECTS.*
4. *Curricular structure with predominant weight of the marketing scientific area, but also counting on a proper basis of management training, thereby contributing to greater employability of graduates.*

#### 8.6.2. Pontos fracos

1. *Excessiva concentração no 1º ano de UC das áreas científicas que não são a área principal do curso (Marketing), sendo também aquelas em que existe uma maior taxa de insucesso escolar.*
2. *Funcionamento da UC Marketing de Serviços como UC optativa, sendo Marketing Industrial uma UC obrigatória.*
3. *Alguma sobreposição de conteúdos programáticos entre Gestão do Marketing e Marketing Operacional.*
4. *A UC Seminário Empresas está definida como pertencendo à área científica de Marketing, embora se pretenda que os temas versados - tal como expresso na Ficha de UC - sejam da área da Gestão, mais abrangente.*
5. *Alteração recente da lista de docentes responsáveis por cada UC, resultante da obtenção do grau de doutor por parte de um número significativo de docentes - esta alteração não pode ser refletida na distribuição de serviço docente para o corrente ano letivo, fazendo com que exista um número elevado de casos em que o responsável não leciona a UC neste ciclo de estudos.*

#### 8.6.2. Weaknesses

1. *First academic year with an excessive concentration of CU belonging to scientific areas that are not the main area of the course (Marketing) and also those in which there is a higher rate of academic failure.*
2. *CU "Marketing de Serviços" is optional, while "Marketing Industrial" is mandatory.*

3. *There is some program content overlap between CU Gestão do Marketing and Marketing Operacional.*
4. *CU Seminário Empresas is defined as belonging to marketing scientific area , although it is intended that the versed issues - as expressed in the curricular unit form - belong to the more comprehensive management area.*
5. *Recent change in the list of responsible teachers for each UC - resulting from the attainment of a doctorate degree by a significant number of teachers. This change could not be reflected in the distribution of teaching for the current academic year, originating a high number of cases in which the responsible teacher is not lecturing the CU this academic year.*

#### 8.6.3. Oportunidades

1. *Avaliação em curso por parte da A3Es, incentivando a reflexão de todas as partes envolvidas sobre os objetivos, estrutura curricular e metodologias de ensino.*

#### 8.6.3. Opportunities

1. *Ongoing evaluation by the A3ES, encouraging reflection of all interested groups about the objectives, curricular structure and teaching methodologies.*

#### 8.6.4. Constrangimentos

1. *Para assegurar uma duração do ciclo de estudos de 6 semestres, não é possível incluir estágios profissionais na estrutura curricular do curso, sem com isso prejudicar a prossecução dos objetivos de aprendizagem estabelecidos.*

#### 8.6.4. Threats

1. *To ensure the study cycle duration of 6 semesters, it is not possible to include professional internships in the curricular structure of the course, without undermining the achievement of the established learning objectives.*

## 8.7. Resultados

---

#### 8.7.1. Pontos fortes

1. *Funcionamento de um plano de recuperação de Matemática (designado por "Matemáticas Gerais"), para fazer face às dificuldades sentidas nesta área por grande parte dos estudantes que ingressam na ESTG.*
2. *Mais de metade dos diplomados conclui o curso no número de anos correspondente à duração normal do curso (convém salientar que os dados da eficiência formativa referentes aos anos letivos anteriores a 2010/2011 estão fortemente influenciados pelos diplomados que foram objeto dos planos de transição de estudantes pré-Bolonha para o plano de estudos adequado a Bolonha)*
3. *Nº significativo de publicações do corpo docente sob a forma de livros (de circulação nacional e internacional), de artigos publicados em revistas nacionais e internacionais e artigos aceites e apresentados em congressos internacionais.*
4. *Caracter eminentemente aplicado da investigação levada a cabo pelos docentes.*
5. *Dinamismo por parte dos docentes e estudantes do curso na prestação de serviços à comunidade.*

#### 8.7.1. Strengths

1. *Implementation of a recovery plan on Mathematics (referred to as "General Mathematics"), to address the difficulties experienced in this area for most students who come to ESTG.*
2. *More than half of graduates completing a degree in the number of years corresponding to the normal duration of the course (it should be noted that data concerning the formative efficiency in academic years prior to 2010/2011 are strongly influenced by the graduates who were subject of transition plans for pre-Bologna students)*
3. *Significant number of faculty publications in the form of books (with national and international circulation), as well as articles published in national and international reviews and papers accepted and presented at international conferences.*
4. *Character eminently applied of teachers' research.*
5. *Dynamism of teachers and students on the provision of community services.*

#### 8.7.2. Pontos fracos

1. *Tx. de reprovação elevadas nas UC da área de Matemática.*
2. *Tx. de empregabilidade (de 87,6%) ligeiramente abaixo da média para cursos de Marketing no ensino superior público (GPEARl, dados referentes a dez. 2010).*
3. *A informação sobre a tx. de empregabilidade de que se dispõe (baseada nos registos de inscritos nos centros de emprego - à procura do primeiro emprego ou de um novo emprego - em Junho e em Dezembro de cada ano) não permite diferenciar entre áreas de emprego nem entre diferentes durações do desemprego. Para além disso, não permite colocar a descoberto os eventuais desempregados que não estejam inscritos nos centros de emprego.*
4. *Unidades de Investigação do IPL inerentes à área do ciclo de estudos ainda não submetidas a avaliação pela FCT ou com uma avaliação reduzida.*
5. *Percentagem reduzida (2%) de estudantes em programas internacionais de mobilidade, bastante aquém da*

*meta estabelecida em 2009 por parte dos países que participam no Processo de Bolonha (20% em 2020).*

#### **8.7.2. Weaknesses**

- 1. High rate of failure in CU of Mathematics area.*
- 2. Employability rate (87.6%) slightly below the average for higher education Marketing courses (GPEARl, data related to dec/2010).*
- 3. The available information on employability rate (based on records of students enrolled in job centers - seeking their first job or a new job - in June and December each year) does not allow to differentiate between areas of employment or between different durations of unemployment . In addition, it does not uncover any unemployed who are not registered in the job centers.*
- 4. IPL's Research Units inherent to the area of the study cycle have not been submitted for evaluation by the FCT or had a reduced assessment.*
- 5. Reduced percentage (2%) of students in international mobility programs, well below the target set in 2009 by the countries participating in the Bologna process (20% in 2020).*

#### **8.7.3. Oportunidades**

- 1. Captação de estudantes estrangeiros, através de programas de mobilidade.*
- 2. Crescimento do número de IES internacionais interessadas em estabelecer parceria com o IPL na área genérica das ciências empresariais, aumentando assim as oportunidades de internacionalização dos estudantes portugueses.*
- 3. Crescente consciencialização do meio empresarial para as oportunidades de colaboração com o meio académico, designadamente ao nível da transferência de conhecimento.*

#### **8.7.3. Opportunities**

- 1. Attracting foreign students, through mobility programs.*
- 2. Growing number of international HEIs interested in establishing partnership with the IPL in the generic field of business sciences, thereby increasing the internationalization opportunities for Portuguese students.*
- 3. Growing awareness of the business network to the opportunities coming for collaboration with academia, particularly in terms of knowledge transfer.*

#### **8.7.4. Constrangimentos**

- 1. Atraso na implementação prevista de um “semestre internacional” (conjunto de UC lecionadas em inglês, comum a vários ciclos de estudos da área da Gestão e Economia) para promover a atração de mais alunos estrangeiros em mobilidade.*
- 2. Dificuldades financeiras sentidas pelas PME locais, provocando uma menor procura por serviços potencialmente prestados através do Centro de Transferência de Conhecimento do IPL.*

#### **8.7.4. Threats**

- 1. Delay in implementation of a planned “international semester ” (set of UC taught in English, common to several courses of study in the field of Management and Economics) to promote the attraction of more foreign students in mobility.*
- 2. Financial difficulties experienced by local SMEs, causing a potentially lower demand for services provided through the IPL's Technology Transfer Information Center.*

## **9. Proposta de acções de melhoria**

### **9.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos**

---

#### **9.1.1. Debilidades**

- 1. Reduzida divulgação dos objetivos, junto dos principais empregadores da região e reduzida participação do meio empresarial na definição dos objetivos.*
- 2. Reduzido enfoque na prestação de serviços à comunidade envolvente, na área específica do ciclo de estudos.*
- 3. Os objetivos não mencionam de modo explícito a importância das oportunidades de internacionalização dos estudantes, promovidas pelo curso*
- 4. Os objetivos não mencionam de modo explícito a oportunidade, proporcionada pelo regime de ensino a distância, de alargamento da possibilidade de frequência a estudantes de grupos sub-representados (nomeadamente, trabalhadores-estudantes, estudantes com dificuldades monetárias que os impeçam de estudar fora de casa ou estudantes com dificuldades de deslocação).*

#### **9.1.1. Weaknesses**

- 1. Limited dissemination of objectives towards the main employers in the region and reduced participation of them in defining the study cycle objectives.*
- 2. Reduced focus on providing services to the surrounding community, in the specific area of the study cycle.*

3. *The objectives do not explicitly mention the importance of international opportunities for students provided by the course.*

4. *The objectives do not mention explicitly the opportunity, provided by the system of distance education, of extending the frequency to students from underrepresented groups (eg, working students, students with monetary difficulties that prevent them from studying away from home or students with difficulties of travel).*

#### **9.1.2. Proposta de melhoria**

1. *Promover um fórum de apresentação dos objetivos junto dos principais empregadores do ciclo de estudos, procurando recolher e avaliar eventuais sugestões de melhoria, no sentido de adequar a oferta formativa às necessidades do meio empresarial.*

2. *Incentivar a prestação de serviços a empresas e outras instituições:*

2a) *Aumentar a participação de docentes da área na prestação de serviços através do Centro de Transferência e Valorização do Conhecimento.*

2b) *Apoiar a conclusão da constituição da Júnior Empresa.*

3. *Reformular os objetivos gerais, fazendo referência explícita às oportunidades de mobilidade internacional.*

4. *Reformular os objetivos gerais, fazendo referência explícita à oportunidade, proporcionada pelo regime de ensino a distância.*

#### **9.1.2. Improvement proposal**

1. *To promote a forum designed to present the objectives to the main employers of the study cycle, seeking to collect and evaluate any improvement suggestions, in order to adapt the training offer to the needs of the business.*

2. *Encouraging the provision of services to businesses and other institutions:*

2a) *Increasing the participation of marketing teachers in the provision of services through the Technology Transfer Information Center.*

2b) *supportting the conclusion of the Junior Company constitution.*

3. *Reformulating the overall goals, making explicit reference to international mobility opportunities.*

4. *Reformulating the overall goals, making explicit reference to the opportunity provided by the system of distance education*

#### **9.1.3. Tempo de implementação da medida**

1. *1 ano.*

2a) *2 anos.*

2b) *6 meses.*

3. *6 meses.*

4. *6 meses.*

#### **9.1.3. Implementation time**

1. *1 year.*

2a) *2 years.*

2b) *6 months.*

3. *6 months.*

4. *6 months.*

#### **9.1.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

1. *Média.*

2a) *Média*

2b) *Alta*

3. *Alta*

4. *Alta*

#### **9.1.4. Priority (High, Medium, Low)**

1. *Medium.*

2a) *Medium*

2b) *High*

3. *High*

4. *High*

#### **9.1.5. Indicador de implementação**

1. *Realização de um fórum, com um mínimo de 20 participantes (incluindo elementos da comissão científico-pedagógica do curso e representantes do meio empresarial).*

2a) *Elaboração de um plano de contactos com empresas e outras organizações, visando a divulgação do portfólio e a identificação de oportunidades.*

2b) *Criação da Júnior Empresa, legalmente constituída.*

3. *Referência explícita às oportunidades de internacionalização incluída nos objetivos do curso divulgados através das páginas web institucionais da ESTG e IPL.*

4. *Referência explícita à oportunidade de frequência por parte de grupos sub-representados, proporcionada pelo regime de ensino a distância, incluída nos objetivos do curso divulgados através das páginas web*

*institucionais da ESTG e IPL.*

#### **9.1.5. Implementation marker**

1. *Holding a forum with a minimum of 20 participants (including elements of the study cycle's scientific and pedagogical commission and representatives from the business).*
- 2a) *Developing a plan for contacts with companies and other organizations, aimed at portfolio dissemination and identifying opportunities.*
- 2b) *Creation of the Junior Company, legally established.*
3. *Explicit reference in the objectives (disseminated through the institutional web pages of ESTG and IPL) to international opportunities.*
4. *Explicit reference in the objectives (disseminated through the institutional web pages of ESTG and IPL) to the opportunity of frequency by underrepresented groups, provided by the system of distance education.*

## **9.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade.**

---

### **9.2.1. Debilidades**

- *Inexistência de um Manual da Qualidade com definição clara de todas as responsabilidades, intervenientes, mecanismos, processos e fluxos de informação;*
- *Dificuldades na concretização efetiva dos procedimentos e fluxos de informação descritos.*

### **9.2.1. Weaknesses**

- *Lack of a quality assurance handbook that clearly defines all responsibilities, participants, mechanisms, processes, and information flows;*
- *Difficulties in the implementation of the procedures and information flows.*

### **9.2.2. Proposta de melhoria**

- *Elaboração do Manual da Qualidade;*
- *Operacionalização na prática dos procedimentos e fluxos de informação definidos, recorrendo à divulgação e sensibilização dos responsáveis e intervenientes, monitorizando e avaliando a implementação do Sistema Interno de Garantia da Qualidade.*

### **9.2.2. Improvement proposal**

- *Preparation of the quality assurance handbook;*
- *Application of the defined procedures and information flows, publicizing and raising awareness of the people in charge and the participants, as well as supervising and assessing the implementation of the Internal System of Quality Assurance.*

### **9.2.3. Tempo de implementação da medida**

- *Manual da Qualidade: até ao final de 2012.*
- *Operacionalização do Sistema Interno de Garantia da Qualidade: o processo já se encontra em curso, no entanto para que se encontre em pleno funcionamento terá de concluir pelo menos um ciclo que permita uma avaliação e aplicação de medidas corretivas. Atualmente estão a ser aplicadas algumas medidas e procedimentos, sendo que até ao final de 2012 serão aplicadas a totalidade das medidas previstas e no primeiro trimestre de 2013 será avaliado e revisto todo o Sistema.*

### **9.2.3. Improvement proposal**

- *Quality assurance handbook: until the end of 2012;*
- *Implementation of the Internal System of Quality Assurance: the process has already started. However, to be fully running it has to complete at least one cycle, which will allow its own assessment and the application of corrective measures. The institute is currently applying some measures and procedures; until the end of 2012 all measures will be implemented, and in the first trimester of 2013 the system will be assessed and reviewed.*

### **9.2.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

*Alta – as ações já estão em curso.*

### **9.2.4. Priority (High, Medium, Low)**

*High – the actions are already running.*

### **9.2.5. Indicador de implementação**

- *Primeira versão do Manual da Qualidade aprovada;*
- *Submissão à A3ES do Pedido de Auditoria de Sistemas Internos de Garantia de Qualidade.*

### **9.2.5. Implementation marker**

- *Approving the first version of the quality assurance handbook;*
- *Submitting the Request for Auditing Internal Quality Assurance Systems to A3ES.*

## 9.3 Recursos materiais e parcerias

---

### 9.3.1. Debilidades

1. *Baixo grau de envolvimento com outras IES nacionais através de parcerias que associem os estudantes.*
2. *Baixa participação dos estudantes em estágios de verão.*
3. *Inexistência de um laboratório dedicado ao curso de Marketing, dotado de equipamentos adequados para a realização de experiências no âmbito de UC nucleares do curso.*

### 9.3.1. Weaknesses

1. *Low degree of involvement with other HEIs through national partnerships involving students.*
2. *Low participation of students in summer internships.*
3. *Absence of a laboratory dedicated to Marketing, with facilities suitable for conducting experiments under nuclear area's curricular units.*

### 9.3.2. Proposta de melhoria

1. *Criação de uma rede de escolas que oferecem cursos de Marketing (e similares), com o apoio da APPM (Associação Portuguesa de Profissionais de Marketing), para a organização de eventos culturais, desportivos, artísticos, científicos, ou outros.*
2. *Estabelecer contactos com empresas no sentido de criar uma bolsa de estágios de verão na área do ciclo de estudos.*
3. *Criar um laboratório de Marketing: equipar uma das salas de laboratório com equipamentos específicos para utilização por parte do ciclo de estudos*

### 9.3.2. Improvement proposal

1. *Creating a network between schools that offer courses in marketing (and similar), with the support of APPM (Portuguese Association of Marketing Professionals), for the organization of cultural, sporting, artistic, scientific, or other events.*
2. *Establishing contacts with companies in order to gather a range of summer internships in the area of the course.*
3. *Creating a Marketing Lab: a laboratory room equipped with facilities suitable for conducting experiments under marketing area's curricular unit*

### 9.3.3. Tempo de implementação da medida

1. *18 meses.*
2. *3 meses.*
3. *3 anos.*

### 9.3.3. Implementation time

1. *18 months.*
2. *3 months.*
3. *3 years.*

### 9.3.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

1. *Baixa.*
2. *Alta.*
3. *Baixa*

### 9.3.4. Priority (High, Medium, Low)

1. *Low.*
2. *High.*
3. *Low.*

### 9.3.5. Indicador de implementação

1. *Rede inter-escolar criada, envolvendo pelo menos 75% de todas as IES públicas e privadas que oferecem cursos de Marketing.*
2. *Bolsa de estágios de verão criada para atribuição de estágios de verão na interrupção de 2011-2012 para 2012-2013.*
3. *Laboratório de marketing criado e em funcionamento.*

### 9.3.5. Implementation marker

1. *Inter-school network set, involving at least 75% of all public and private HEIs that offer courses in Marketing.*

2. *List of companies/other entities available to receive summer internships during scholar break between academic year 2011-2012 and 2012-2013.*
3. *Marketing lab created and running.*

## 9.4. Pessoal docente e não docente

---

### 9.4.1. Debilidades

1. *Por motivos inerentes à distribuição do serviço docente entre os diversos cursos de 1º ciclo e de 2º ciclo, este ano letivo uma grande parte dos docentes responsáveis pelas UC não está a lecionar no ciclo de estudos.*
2. *Nenhum docente possui, até ao momento, o título de especialista.*
3. *21% dos docentes ETI apenas com grau licenciado (embora destes, 75% estejam inscritos em doutoramento há mais de 1 ano)*
4. *Investigação científica incipiente por parte do corpo docente ainda muito focado na investigação associada à obtenção do grau de doutor e em muitos casos desligada das Unidades de Investigação existentes no IPL.*
5. *Não se encontra definido o regulamento que permitirá a avaliação de desempenho dos docentes em termos científicos e pedagógicos nos termos do Estatuto da Carreira do Pessoal Docente do Ensino Superior Politécnico.*

### 9.4.1. Weaknesses

1. *For reasons related with teaching service distribution among the various courses of the 1st cycle and 2nd cycle, and by the fact that it was recently amended the list of responsible teachers for each UC, this academic year a large proportion of teachers responsible for the UC does not teach in the study cycle.*
2. *No teacher has, to date, the title of specialist.*
3. *21% of FTL teachers has only graduate degree (although of these, 75% are enrolled in doctoral degree for more than 1 year)*
4. *Incipient scientific research by a faculty staff still very focused on research associated with the doctoral degree.*
5. *It is not yet defined the regulation that will allow teachers' performance evaluation in scientific and pedagogic terms, under the Statute of the Teaching Personnel Career of Polytechnic Superior Education.*

### 9.4.2. Proposta de melhoria

1. *Elaborar a distribuição de serviço docente, procurando, sempre que possível, afetar pelo menos uma parte (uma turma, por exemplo) da lecionação ao docente responsável pela UC.*
2. *Prosseguir com os processos já submetidos de pedido de provas públicas para obtenção do título de especialista (proposta em execução).*
3. *Prosseguir com o trabalho de investigação por parte dos docentes licenciados, inscritos há mais de 1 ano em doutoramento (proposta em execução).*
4. *Implementar um processo de avaliação interna das Unidades de Investigação do IPL, visando incrementar o número de unidades reconhecidas pela FCT.*
5. *Aprovar o regulamento de avaliação de desempenho dos docentes em termos científicos e pedagógicos nos termos do Estatuto da Carreira do Pessoal Docente do Ensino Superior Politécnico (em fase de conclusão - IPL).*

### 9.4.2. Improvement proposal

1. *Preparing the teaching service distribution, trying, whenever possible, to affect at least a portion (one class, for example) of teaching to responsible teacher*
2. *Proceed with the already submitted processes of requesting for public examination for the title of specialist (running proposal).*
3. *Proceed with the research work by graduated teachers, enrolled for more than 1 year in PhD (running proposal).*
4. *Implementing an internal evaluation of the IPL's Research Units in order to increase the number of units recognized by FCT.*
5. *Approve the regulation for teachers' performance evaluation in scientific and pedagogic terms, under the Statute of the Teaching Personnel Career of Polytechnic Superior Education (nearing completion - IPL).*

### 9.4.3. Tempo de implementação da medida

1. *3 meses (próxima distribuição de serviço docente, para 1º semestre 2012-2013)*
2. *6 meses*
3. *2 anos.*
4. *2 anos.*
5. *1 ano*

### 9.4.3. Implementation time

1. *3 months (next teaching service distribuion, to the first semester of 2012-2013)*
2. *6 months*
3. *2 years.*
4. *2 years.*

5. 1 year.

#### 9.4.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

1. *Alta*
2. *Média*
3. *Alta*
4. *Média.*
5. *Alta*

#### 9.4.4. Priority (High, Medium, Low)

1. *High*
2. *Medium*
3. *High*
4. *Medium.*
5. *High*

#### 9.4.5. Indicador de implementação

1. *Diminuir o nº de casos em que o responsável pela UC não leciona essa UC no ciclo de estudos.*
2. *Obtenção do título de especialista por parte dos docentes que, tendo dado entrada do pedido de provas públicas, reunam condições para o efeito.*
3. *Obtenção do grau de doutor por parte dos docentes licenciados, inscritos há mais de 1 ano em doutoramento.*
4. *80% das unidades avaliadas internamente com classificação positiva nessa avaliação.*
5. *Ter aprovado o o regulamento de avaliação de desempenho dos docentes em termos científicos e pedagógicos nos termos do Estatuto da Carreira do Pessoal Docente do Ensino Superior Politécnico.*

#### 9.4.5. Implementation marker

1. *Decrease the number of cases in which the CU's responsible does not teach in the study cycle.*
2. *Obtaining the specialist title by teachers who, having submitted the request for public examination, meet the conditions for this purpose.*
3. *Obtaining the doctoral degree by the faculty staff enrolled for more than 1 year in doctoral programs.*
4. *80% of the internally evaluated units with positive assessment in such evaluation.*
5. *Approved regulation for teachers' performance evaluation in scientific and pedagogic terms, under the Statute of the Teaching Personnel Career of Polytechnic Superior Education*

## 9.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

---

#### 9.5.1. Debilidades

1. *Reduzida divulgação do relatório de avaliação anual do curso junto de todos os estudantes do curso.*
2. *Parceiros de programas de mobilidade internacional com reduzida oferta de UC específicas da área de Marketing (embora com oferta alargada na área da Gestão), limitando em alguns casos a oportunidade de internacionalização para os estudantes de Marketing.*
3. *Reduzido de acompanhamento da situação face ao emprego dos diplomados (após conclusão do curso).*

#### 9.5.1. Weaknesses

1. *Reduced dissemination of the annual evaluation report among all students on the study cycle.*
2. *International mobility programs' partners with reduced offer of CU specific to marketing scientific area (albeit with wide offer in Management area), in some cases limiting the opportunity of internationalization for Marketing students.*
3. *Reduced monitoring of the situation in relation to employment of graduates (after graduation).*

#### 9.5.2. Proposta de melhoria

1. *Colocar a versão final do relatório de avaliação anual na página da coordenação de curso. Esta versão é aprovada em Dezembro, em relação ao ano letivo anterior.*
2. *Rever as parcerias existentes, identificar as de referência e formalizar novas parcerias com oferta de UC específicas da área do Marketing*
3. *Monitorizar o emprego dos diplomados:*
  - a) *Implementar um estudo de levantamento da situação face ao emprego dos diplomados do curso nos últimos 5 anos.*
  - b) *Criar uma base de dados (com contactos telefónicos e email) dos diplomados, a partir do ano letivo 2011-2012, atualizada semestralmente com a informação sobre a situação face ao emprego e prosseguimento de estudos.*

#### 9.5.2. Improvement proposal

1. *Post the annual evaluation report on the coordination webpage of the study-cycle. This version is approved every year in December, concerning to the previous academic year.*

2. *Review existing international partnerships, identify the most important and formalize new partnerships with specific CU in Marketing*
3. *Monitor the employment of graduates:*
  - a) *Implement a study to assess the employment situation of course graduates in the last five years.*
  - b) *Create a database (with telephone numbers and email) of graduates from the school year 2011-2012, updated every six months with information about the employment (or further study) situation.*

#### 9.5.3. Tempo de implementação da medida

1. *1 mês.*
2. *2 anos.*
- 3a). *18 meses*
- 3b). *6 meses*

#### 9.5.3. Implementation time

1. *1 month.*
2. *2 years.*
- 3a). *18 months*
- 3b). *6 months*

#### 9.5.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

1. *Alta.*
2. *Alta.*
- 3a). *Média*
- 3b). *Alta*

#### 9.5.4. Priority (High, Medium, Low)

1. *High.*
2. *High.*
- 3a). *Medium*
- 3b). *High*

#### 9.5.5. Indicador de implementação

1. *Relatório anual de avaliação do curso disponível na página da coordenação do curso.*
2. *Estabelecer 2 novas parcerias internacionais com IES que lecionem UC específicas da área de Marketing.*
- 3a). *Estudo sobre a empregabilidade dos estudantes do ciclo de estudos publicado.*
- 3b). *Base de dados criada, com os diplomados no ano 2011-2012*

#### 9.5.5. Implementation marker

1. *Annual evaluation report available on the coordination webpage.*
2. *Establish two new international partnerships with IES with specific CU in marketing area.*
- 3a). *having published the study on students' employability of the course*
- 3b). *Database created, with graduates of 2011-2012 academic year.*

## 9.6. Processos

---

#### 9.6.1. Debilidades

1. *Excessiva concentração no 1º ano de UC das áreas científicas que não são a área principal do curso (Marketing), sendo também aquelas em que existe uma maior taxa de insucesso escolar.*
2. *Funcionamento da UC Marketing de Serviços como UC optativa, sendo Marketing Industrial uma UC obrigatória.*
3. *Alguma sobreposição de conteúdos programáticos entre Gestão do Marketing e Marketing Operacional.*
4. *A UC Seminário Empresas está definida como pertencendo à área científica de Marketing, embora se pretenda que os temas versados - tal como expresso na Ficha de UC - sejam da área da Gestão, mais abrangente.*
5. *Alteração recente da lista de docentes responsáveis por cada UC, resultante da obtenção do grau de doutor por parte de um número significativo de docentes - esta alteração não pode ser refletida na distribuição de serviço docente para o corrente ano letivo, fazendo com que exista um número elevado de casos em que o responsável não leciona a UC neste ciclo de estudos.*

#### 9.6.1. Weaknesses

1. *First academic year with an excessive concentration of CU belonging to scientific areas that are not the main area of the course (Marketing) and also those in which there is a higher rate of academic failure.*
2. *CU "Marketing de Serviços" is optional, while "Marketing Industrial" is mandatory.*
3. *There is some program content overlap between CU Gestão do Marketing and Marketing Operacional.*
4. *CU Seminário Empresas is defined as belonging to marketing scientific area, although it is intended that the versed issues - as expressed in the curricular unit form - belong to the more comprehensive management area.*

*5. Recent change in the list of responsible teachers for each UC - resulting from the attainment of a doctorate degree by a significant number of teachers. This change could not be reflected in the distribution of teaching for the current academic year, originating a high number of cases in which the responsible teacher is not lecturing the CU this academic year.*

#### **9.6.2. Proposta de melhoria**

- 1. Trocar de ano curricular a UC de Finanças Empresariais (neste momento no 1º ano) pela UC de Marketing Operacional (neste momento, no 2º ano).*
- 2. Tendo em consideração a tendência de peso crescente dos serviços em detrimento da indústria, tornar a UC Marketing de Serviços como obrigatória, passando Marketing Industrial a UC optativa.*
- 3. Ajustar os programas de Gestão do Marketing e de Marketing Operacional, alterando a designação de Gestão do Marketing para Marketing Estratégico (que reflete de forma mais adequada os novos conteúdos programáticos propostos). As novas fichas de UC são incluídas na secção 10 do presente relatório.*
- 4. Alterar a área científica de Seminário Empresas de Marketing para Gestão.*
- 5. Sempre que possível, atribuir serviço docente ao responsável pela UC - a considerar na próxima distribuição de serviço docente.*

#### **9.6.2. Improvement proposal**

- 1. Exchange CU Finanças Empresariais (currently in 1st curricular year) by CU Marketing Operacional (now in 2nd year).*
- 2. Given the trend of increasing weight of services to the detriment of industry, include CU Marketing de Serviços as mandatory, in substitution of Marketing Industrial, which becomes optional.*
- 3. Adjust the syllabus of Gestão do Marketing and Marketing Operacional, changing the label of Gestão do Marketing to Marketing Estratégico (which more adequately reflects the proposed new syllabus). The new curricular unit forms are included in Section 10 of this Report.*
- 4. Changing the scientific area of Seminário Empresas from Marketing to Management.*
- 5. Whenever possible, assign teaching service to the CU responsible - to be considered in the next teaching service distribution.*

#### **9.6.3. Tempo de implementação da medida**

- 1. 18 meses (tempo previsto para entrada em vigor do novo plano de estudos, após aprovação da proposta incluída na secção 10 do presente relatório).*
- 2. 18 meses (tempo previsto para entrada em vigor do novo plano de estudos, após aprovação da proposta incluída na secção 10 do presente relatório).*
- 3. 5 meses (para o ajustamento dos conteúdos programáticos, a entrar em vigor no próximo ano letivo)*
- 4. 18 meses (tempo previsto para entrada em vigor do novo plano de estudos, após aprovação da proposta incluída na secção 10 do presente relatório).*
- 3. 3 meses (tempo para elaboração da próxima distribuição de serviço docente).*

#### **9.6.3. Implementation time**

- 1. 18 months (estimated time for entry into force of the new study plan, after approval of the proposal contained in section 10 of this report).*
- 2. 18 months (estimated time for entry into force of the new study plan, after approval of the proposal contained in section 10 of this report).*
- 3. 5 months (for the adjustment of the syllabus, to come into effect next academic year).*
- 4. 18 months (estimated time for entry into force of the new study plan, after approval of the proposal contained in section 10 of this report).*
- 5. 3 months (preparation time for the next teaching service distribution)*

#### **9.6.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

- 1. Média.*
- 2. Média.*
- 3. Alta.*
- 4. Média.*
- 5. Alta.*

#### **9.6.4. Priority (High, Medium, Low)**

- 1. Medium.*
- 2. Medium.*
- 3. High.*
- 4. Medium.*
- 5. High.*

#### **9.6.5. Indicador de implementação**

- 1. Estrutura curricular alterada para entrada em funcionamento no ano letivo 2013-2014.*
- 2. Estrutura curricular alterada para entrada em funcionamento no ano letivo 2013-2014.*
- 3. Conteúdos programáticos ajustados para entrada em vigor no ano letivo 2012-2013*
- 4. Estrutura curricular alterada para entrada em funcionamento no ano letivo 2013-2014.*

5. *Diminuição do nº de casos em que o docente responsável não leciona a UC no ciclo de estudos.*

#### 9.6.5. Implementation marker

1. *Curriculum structure changed in the entry of 2013-2014 academic year.*
2. *Curriculum structure changed in the entry of 2013-2014 academic year.*
3. *Adjusted syllabus to be adopted in 2012-2013 academic year.*
4. *Curriculum structure changed in the entry of 2013-2014 academic year.*
5. *Decrease the number of cases in which the CU's responsible teacher does not teach in the study cycle.*

## 9.7. Resultados

---

### 9.7.1. Debilidades

1. *Tx. de reprovação elevadas nas UC da área de Matemática.*
2. *Tx. de empregabilidade (de 87,6%) ligeiramente abaixo da média para cursos de Marketing no ensino superior público (GPEARl, dados referentes a dez. 2010).*
3. *A informação sobre a tx. de empregabilidade de que se dispõe (baseada nos registos de inscritos nos centros de emprego - à procura do primeiro emprego ou de um novo emprego - em Junho e em Dezembro de cada ano) não permite diferenciar entre áreas de emprego nem entre diferentes durações do desemprego. Para além disso, não permite colocar a descoberto os eventuais desempregados que não estejam inscritos nos centros de emprego.*
4. *Unidades de Investigação do IPL inerentes à área do ciclo de estudos ainda não submetidas a avaliação pela FCT ou com uma avaliação reduzida.*
5. *Percentagem reduzida (2%) de estudantes em programas internacionais de mobilidade, bastante aquém da meta estabelecida em 2009 por parte dos países que participam no Processo de Bolonha (20% em 2020).*

### 9.7.1. Weaknesses

1. *High rate of failure in CU of Mathematics area.*
2. *Employability rate (87.6%) slightly below the average for higher education Marketing courses (GPEARl, data related to dec/2010).*
3. *The available information on employability rate (based on records of students enrolled in job centers - seeking their first job or a new job - in June and December each year) does not allow to differentiate between areas of employment or between different durations of unemployment . In addition, it does not allow to uncover any unemployed who are not registered in the job centers.*
4. *IPL's Research Units inherent to the area of the study cycle have not been submitted for evaluation by the FCT or had a reduced assessment.*
5. *Reduced percentage (2%) of students in international mobility programs, well below the target set in 2009 by the countries participating in the Bologna process (20% in 2020).*

### 9.7.2. Proposta de melhoria

1. *Continuidade do plano de recuperação de Matemática (em funcionamento).*
2. *Promover a empregabilidade através da criação de condições para aumentar a participação dos estudantes em estágios de verão (designadamente, através da criação da bolsa de estágios, mencionada no ponto 9.3.2), estágios internacionais e estágios profissionais extra-curriculares.*
3. *Implementar um estudo sobre o emprego dos diplomados (medida proposta no ponto 9.5.2)*
4. *Implementar um processo de avaliação interna das Unidades de Investigação do IPL, incluindo as associadas à área do ciclo de estudos, visando a posterior submissão e reconhecimento pela FCT (medida proposta também no ponto 9.4.2).*
5. *Rever as parcerias Erasmus existentes, identificar as de referência e formalizar novas parcerias com oferta de UC específicas da área do Marketing (medida proposta também no ponto 9.5.2)*

### 9.7.2. Improvement proposal

1. *Continuity of the recovery plan of Mathematics (in operation).*
2. *Promoting employability by creating conditions to increase the participation of students in summer internships (namely through the collection of internships opportunities stages mentioned in section 9.3.2), international internships and extra-curricular professional internships.*
3. *Implementing a study on the graduates' employment (as proposed in section 9.5.2)*
4. *Implementing an internal evaluation of IPL's Research Units, including those associated with the area of the course, aiming to be submitted and afterwards recognized by FCT (as proposed in section 9.4.2).*
5. *Review the existing Erasmus partnerships, identifying the most important and formalize new partnerships which have CU in marketing specific area (as proposed in section 9.5.2)*

### 9.7.3. Tempo de implementação da medida

1. *Medida já implementada - prevê-se a sua continuidade.*
2. *1 ano.*
3. *18 meses.*
4. *2 anos.*
5. *2 anos.*

**9.7.3. Implementation time**

1. *Already implemented - it is to be continued.*
2. *1 year.*
3. *18 months.*
4. *2 years.*
5. *2 years.*

**9.7.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

1. *Baixa.*
2. *Alta.*
3. *Média.*
4. *Média*
5. *Alta.*

**9.7.4. Priority (High, Medium, Low)**

1. *Low.*
2. *High.*
3. *Medium.*
4. *Medium*
5. *High.*

**9.7.5. Indicador de implementação**

1. *Aumentar a taxa de aprovação em Métodos Quantitativos e Estatística Aplicada ao Marketing.*
2. *Aumentar a taxa de empregabilidade (tomando por referência o indicador disponibilizado pelo GPEARI, para garantia de comparabilidade).*
3. *Estudo sobre a empregabilidade dos estudantes do ciclo de estudos publicado.*
4. *80% das unidades avaliadas internamente com classificação positiva nessa avaliação.*
5. *Estabelecer 2 novas parcerias internacionais com IES que lecionem UC específicas da área de Marketing.*

**9.7.5. Implementation marker**

1. *Increase the approval rate in Métodos Quantitativos and Estatística Aplicada ao Marketing.*
2. *Increasing the employment rate (by reference to the indicator provided by GPEARI, to ensure comparability).*
3. *Study on the students' employability published.*
4. *80% of the internally evaluated research units with positive assessment in such evaluation.*
5. *Establish two new international partnerships with IES which have CU in marketing specific area*

## 10. Proposta de reestruturação curricular

### 10.1. Alterações à estrutura curricular

---

**10.1. Alterações à estrutura curricular****10.1.1. Síntese das alterações pretendidas**

*Em consonância com o exposto na análise SWOT (secções 8.6 e 9.6), as alterações propostas neste ponto visam:*

- *alterar a designação e os conteúdos de Gestão de Marketing para Marketing Estratégico, ajustando também os conteúdos de Marketing Operacional;*
  - *trocar semestre de funcionamento entre Finanças Empresariais e Marketing Operacional.*
  - *tornar Marketing de Serviços como obrigatória, passando Marketing Industrial (com os mesmos ECTS e área científica) a optativa.*
  - *Alterar a área científica de Seminário de Empresas de Marketing para Gestão (para permitir uma maior abrangência dos temas focados pelas empresas participantes nesta UC).*
- Propõe-se ainda:*
- *Renomear Tecnologias e Sistemas de Informação para Tecnologias de Informação para o Marketing (para assegurar a necessária distinção face a outras UC com ECTS diferentes).*
  - *Renomear Seminário para Seminário de Marketing (para assegurar a necessária distinção face a UC noutros cursos com áreas científicas diferentes).*

**10.1.1. Synthesis of the intended changes**

*According to the SWOT analysis (sections 8.6 and 9.6), the proposed changes are:*

- *Change the name and syllabus of Gestão do Marketing to Marketing Estratégico, also adjusting the syllabus of Marketing Operacional;*
- *Exchange the semester of Finanças Empresariais by Marketing Operacional*

- *Defining Marketing de Serviços as a mandatory curricular unit, making Marketing Industrial optional (with the same scientific area and ECTS).*
  - *Changing the scientific area of Seminário Empresas from Marketing to Management (to allow a wider range of issues covered by the participating companies in this CU).*
- It is further proposed:*
- *Renaming Tecnologias e Sistemas de Informação to Tecnologias de Informação para o Marketing (to ensure the necessary distinction with other CU with different ECTS).*
  - *Renaming Seminário to Seminário de Marketing (to ensure the necessary distinction with other CU, belonging to different study cycles and with different scientific areas).*

### 10.1.2. Nova estrutura curricular pretendida

Mapa n.a.

#### 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)

*n.a.*

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

*n.a.*

#### 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*
Marketing	MK	75	20
Gestão	G	31	20
Contabilidade	C	12	0
Finanças	F	6	5
Economia	E	5	10
Direito	D	6	0
Matemática	MAT	12	0
Tecnologias de Informação	TI	11	5
Inglês	I	2	0
<b>(9 Items)</b>		<b>160</b>	<b>60</b>

## 10.2. Novo plano de estudos

Mapa XII – Novo plano de estudos - n.a. - 1º Ano / 1º semestre

#### 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)

*n.a.*

**10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***n.a.***10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º Ano / 1º semestre***10.2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year / 1st semester***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)
Marketing Estratégico	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Métodos Quantitativos	MAT	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Introdução à Gestão	G	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Tecnologias de Informação para o Marketing	TI	Semestral	135	PL - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Contabilidade Financeira	C	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Inglês	I	Semestral	54	TP - 30; OT - 4	2	Obrigatória

**(6 Items)**

**Mapa XII – Novo plano de estudos - n.a. - 1º ano / 2º semestre****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)***n.a.***10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***n.a.***10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º ano / 2º semestre***10.2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year / 2nd semester***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)
Comportamento do Consumidor	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Contabilidade de Gestão	C	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Marketing Operacional	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Fundamentos de Economia	E	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Estatística Aplicada ao	MAT	Semestral	162	TP - 30; PL - 30;	6	Obrigatória

Marketing Modelos e Técnicas de Comunicação (6 Items)	MK	Semestral	27	OT - 4 S - 15	1	Obrigatória
--	----	-----------	----	------------------	---	-------------

**Mapa XII – Novo plano de estudos - n.a. - 2º ano / 1º semestre****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)***n.a.***10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***n.a.***10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2º ano / 1º semestre***10.2.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd year / 1st semester***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)
Finanças Empresariais	F	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Gestão e Negociação Comercial	G	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Estudos de Mercado	MK	Semestral	62	TP - 45; PL - 15; OT - 4	6	Obrigatória
Gestão de Recursos Humanos	G	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento	G	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Comunicação Intercultural (6 Items)	MK	Semestral	27	TP - 15	1	Obrigatória

**Mapa XII – Novo plano de estudos - n.a. - 2º ano / 2º semestre****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)**

*n.a.***10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***n.a.***10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2º ano / 2º semestre***10.2.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd year / 2nd semester***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)
Marketing Internacional	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Distribuição e Merchandising	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Comunicação em Marketing	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Direito Aplicado ao Marketing	D	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Marketing de Serviços	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Seminário de Marketing	MK	Semestral	27	TP - 60; OT - 4	1	Obrigatória

**(6 Items)**

**Mapa XII – Novo plano de estudos - n.a. - 3º ano / 1º semestre****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)***n.a.***10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***n.a.***10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***3º ano / 1º semestre***10.2.4. Curricular year/semester/trimester:***3rd year / 1st semester***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)
Estratégia Empresarial	G	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória
Web Marketing e Comércio Electrónico	TI	Semestral	162	TP - 30; PL - 30; OT - 4	6	Obrigatória
Gestão de Marcas	MK	Semestral	162	TP - 60; OT - 4	6	Obrigatória

Inovação e Empreendedorismo	G	Semestral	54	TP - 30; OT - 4	2	Obrigatória
Opção I - a definir	MK/G/F/E/TI	Semestral	135	em função da Opção	5	Optativa
Opção II - a definir	MK/G/F/E/TI	Semestral	135	em função da Opção	5	Optativa

(6 Items)

## Mapa XII – Novo plano de estudos - n.a. - 3º ano / 2º semestre

### 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)

*n.a.*

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

*n.a.*

### 10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

*3º ano / 2º semestre*

### 10.2.4. Curricular year/semester/trimester:

*3rd year / 2nd semester*

### 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)
Projeto de Marketing	MK	Semestral	243	PL -75; OT - 4	9	Obrigatória
Design e Marketing de Novos Produtos	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Marketing Relacional	MK	Semestral	135	TP - 60; OT - 4	5	Obrigatória
Seminário Empresas	G	Semestral	27	S - 15	1	Obrigatória
Opção III - a definir	MK/G/F/E/TI	Semestral	135	em função da Opção	5	Optativa
Opção IV - a definir	MK/G/F/E/TI	Semestral	135	em função da Opção	5	Optativa

(6 Items)

## 10.3. Fichas curriculares dos docentes

## 10.4. Organização das Unidades Curriculares (apenas para as unidades curriculares novas)

### Mapa XIV - Marketing Estratégico

#### 10.4.1.1. Unidade curricular:

*Marketing Estratégico*

**10.4.1.2. Docente responsável e respectiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):***Ana Catarina Cadima Lisboa***10.4.1.3. Outros docentes e respectivas cargas lectivas na unidade curricular:***Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge**Aulas teórico-práticas: 4 horas/semana (total 60 horas)**Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)***10.4.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge**Theory-practice classes: 4 hours/week (total 60 hours)**Tutorial: 4 hours distributed throughout the semester (total 4 hours)***10.4.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Conhecimento– conhecimentos dos conceitos de marketing**C2. Aplicação de conhecimentos– capacidade em diagnosticar problemas estratégicos de marketing;**Capacidade em aplicar os elementos do marketing estratégico**C3. Síntese – Capacidade em planear e formular a estratégia de marketing de uma empresa**C4. Competências de comunicação – Capacidade em produzir relatórios; Capacidade em apresentar oralmente os resultados do relatório**C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente***10.4.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***C1. Knowledge– knowledge of the marketing concepts**C2. Knowledge application – ability to diagnose strategic marketing problems; ability to apply the strategic marketing elements**C3. Synthesis – ability to plan and formulate the marketing strategy for a firm**C4. Communication skills – ability to produce reports; ability to orally present the report results**C5. Learning skills – ability to study autonomously***10.4.1.5. Conteúdos programáticos:***I. Introdução**1. O conceito de marketing: conceitos, evolução e limites éticos**2. Os elementos estratégicos e operacionais de marketing**3. Os elementos económicos em marketing**II. O contexto de marketing e o mercado**1. O sistema de marketing e o meio envolvente da empresa**2. O sistema de informação e a pesquisa de marketing**3. O mercado e as novas tendências**4. O comportamento compra do consumidor**III. Análise estratégica**1. Análise da situação competitiva e do ambiente**2. Oportunidades de marketing e as estratégias competitivas**IV. Segmentação, o targeting e o posicionamento**1. A segmentação**2. O targeting**3. O posicionamento da oferta**V. Estratégia de marketing**1. Análise da gama de produtos**2. Alternativas estratégicas**3. Aplicação estratégica: As decisões de gestão a nível do marketing-mix**VI. Tendências e decisões estratégicas do marketing**1. Transformações e tendências do marketing: a mudança organizacional**2. Desafios e respostas do marketing às mudanças***10.4.1.5. Syllabus:***I. Introduction**1. Marketing concept: concepts, evolution and ethnic limits**2. Strategic and operational marketing elements**3. Economic marketing elements**II. Marketing context and market**1. Marketing system and firm environment**2. Information system and marketing research**3. Market and new trends**4. Consumer behavior**III. Strategic analysis**1. Environment and competitive analysis**2. Marketing opportunities and competitive strategies*

**IV. Segmentation, targeting and positioning****1. Segmentation****2. Targeting****3. Positioning****V. Marketing strategy****1. Product range analysis****2. Strategic alternatives****3. Strategic application: marketing-mix management decisions****VI. Trends and strategic marketing decisions****1. Marketing changes and trends: the organizational change****2. Marketing challenges and answers to changes****10.4.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

**I. Introdução****1. (C1, C5)****2. (C1, C5)****3. (C1, C5)****II. O contexto de marketing e o mercado****1. (C1, C2, C3, C5)****2. (C1, C2, C3, C5)****3. (C1, C2, C3, C5)****4. (C1, C2, C3, C5)****III. A análise estratégica****1. (C1, C2, C3, C4, C5)****2. (C1, C2, C3, C4, C5)****IV. A segmentação, o targeting e o posicionamento****1. (C1, C2, C3, C4, C5)****2. (C1, C2, C3, C4, C5)****3. (C1, C2, C3, C4, C5)****V. Estratégia de marketing****1. (C1, C2, C3, C4, C5)****2. (C1, C2, C3, C4, C5)****3. (C1, C2, C3, C4, C5)****VI. Tendências e decisões estratégicas do marketing****1. (C1, C2, C3, C5)****2. (C1, C2, C3, C5)****10.4.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.****I. Introduction****1. (C1, C5)****2. (C1, C5)****3. (C1, C5)****II. Marketing context and market****1. (C1, C2, C3, C5)****2. (C1, C2, C3, C5)****3. (C1, C2, C3, C5)****4. (C1, C2, C3, C5)****III. Strategic analysis****1. (C1, C2, C3, C4, C5)****2. (C1, C2, C3, C4, C5)****IV. Segmentation, targeting and positioning****1. (C1, C2, C3, C4, C5)****2. (C1, C2, C3, C4, C5)****3. (C1, C2, C3, C4, C5)****V. Marketing strategy****1. (C1, C2, C3, C4, C5)****2. (C1, C2, C3, C4, C5)****3. (C1, C2, C3, C4, C5)****VI. Trends and strategic marketing decisions****1. (C1, C2, C3, C5)****2. (C1, C2, C3, C5)****10.4.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos; Exemplificação e aplicação a problemas reais;*

*Apresentação e discussão de casos reais)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada)*  
*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*  
*Elaboração do trabalho de grupo*  
*Avaliação contínua*  
 - Trabalho prático (50%) (relatório: 35%/apresentação: 15%)  
 - Frequência (50%)  
 - Nota mínima de 8 valores em todos os pontos  
 - Frequência de 2/3 de aulas  
*Exame (Normal, Recurso e Especial)*  
 - Exame escrito individual (70%) (nota mínima de 8 valores)  
 - Trabalho prático (30%)  
 Ou  
 Exame escrito individual (100%)

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

*Presence*  
*Theory-practice (Concept presentation; Exemplification and application to real problems; Presentation and discussion of real cases)*  
*Tutorial (doubt clarifying sessions)*  
*Autonomous*  
*Study (reading of the recommended books)*  
*E-learning (Material of the CU)*  
*Group project*

*Continuous evaluation*  
 - Group project (50%) (report: 35%/presentation: 15%)  
 - Written test (50%)  
 - Minimum grade of 8/20 in all the items  
 - Attendance of 2/3 classes  
*Exam*  
 - Written test (70%) (minimum grade of 8/20)  
 - Group project (30%)  
 Or  
 Written test (100%)

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

- *Presencial*
- *Ensino teórico-prático*
- o *Apresentação dos conceitos (C1)*
- o *Exemplificação e aplicação a problemas reais (C1, C2, C3)*
- o *Apresentação e discussão de casos reais (C1, C2, C3)*
- *Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas) (C1, C2, C3)*
- *Autónoma*
- *Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada) (C1, C5)*
- *E-aprendizagem (Material relativo à UC) (C5)*
- *Elaboração do trabalho de grupo (C2, C3, C4, C5)*
- Recursos*
- *Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2, C3, C4)*
- *Computador com powerpoint e Windows media player (C1, C2, C3, C4)*

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

*Presence*  
*Theory-practice*  
*Concept presentation (C1)*  
*Exemplification and application to real problems (C1, C2, C3)*  
*Presentation and discussion of real cases (C1, C2, C3)*  
*Tutorial (doubt clarifying sessions) (C1, C2, C3)*  
*Autonomous*  
*Study (reading of the recommended books) (C1, C5)*  
*E-learning (Material of the CU) (C5)*  
*Group project (C2, C3, C4, C5)*

#### 10.4.1.9. Bibliografia principal:

- *Marketing Management - Kotler, P. (2003); Prentice Hall*
- *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing - Rodrigues, V.; Dionísio, P.; Lindon, D.; Lendrevie, J. (2004); Publicações D. Quixote*

- *Material didático fornecido pelos docentes*

## Mapa XIV - Marketing Operacional

### 10.4.1.1. Unidade curricular:

*Marketing Operacional*

### 10.4.1.2. Docente responsável e respectiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Lídia Maria Barroso Simão (sem carga letiva na UC este ano letivo)*

### 10.4.1.3. Outros docentes e respectivas cargas lectivas na unidade curricular:

*Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge*

*Aulas TP: 1 turma de 4 horas/semana em regime diurno (total 60 horas)*

*Orientação tutorial: 4 horas distribuídas ao longo do semestre (total 4 horas)*

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

*Vasco Alexandre dos Santos Simões Jorge*

*Theoretical - practical teaching: 1 class/4 hours/week-daytime (total 60 hours)*

*Tutorial guidance: 4 hours during the semester (total of 4 hours)*

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

*C1. Conhecimento e compreensão – Conhecimentos sobre a relação entre a estratégia e o marketing, a diferença entre a parte estratégica e operacional do marketing, a aplicabilidade do marketing mix, a especificidade dos serviços e a relação entre marketing relacional e CRM*

*C2. Aplicação de conhecimentos e compreensão – Capacidade em relacionar conceitos; Capacidade em descrever exemplos práticos de aplicação dos mesmos; Capacidade propor soluções para problemas; Capacidade em identificar, explicar, interpretar questões cruciais ao marketing operacional*

*C3. Formulação de juízos – Capacidade em usar o espírito crítico na análise de textos e casos práticos,*

*C4. Competências de comunicação – Capacidade de apresentar oralmente trabalhos práticos; Capacidade de produzir discursos sobre os temas abordados*

*C5. Competências de aprendizagem – Capacidade em estudar autonomamente*

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

*C1. Knowledge and understanding - knowledge about the relationship between strategy and marketing, the difference between the strategic and operational marketing, the applicability of the marketing mix, the specificity of services and the relationship between relationship marketing and CRM*

*C2. Application of knowledge and understanding - Ability to relate concepts; Ability to describe practical examples; Ability to propose solutions to problems; Ability to identify, explain, interpret issues crucial to the operational marketing*

*C3. Making judgments - Ability to use critical thinking to analyse texts and case studies,*

*C4. Communication skills - Ability to make oral presentation of practical works; capacity to produce discourses on the themes*

*C5. Learning skills - Ability to study independently*

### 10.4.1.5. Conteúdos programáticos:

*1. Importância e Âmbito do Marketing*

*1.1. Função do marketing operacional na economia da empresa*

*1.2. Orientações das empresas face ao mercado;*

*1.3. A articulação entre o planeamento estratégico e o planeamento operacional.*

*2. Marketing-Mix*

*2.1. Política de Produto (bem, serviço ou ideia)*

*2.2. Política de Distribuição*

*2.3. Política de Preço*

*2.4. Política de Comunicação*

*3. Plano de Marketing*

*3.1. Princípios para a elaboração de um plano de marketing: Coerência e alinhamentos entre o marketing estratégico*

*3.2. Fases do trabalho de elaboração de um plano de marketing*

*3.3. Decisões sobre objetivos e estratégias de marketing*

*3.4. Definição e seleção de ações/iniciativas de marketing: Análises de consistência e viabilidade*

*3.5. Planificação das ações de marketing: Cronogramas, responsáveis e orçamentos*

*3.6. Avaliação e controlo do marketing-mix: Indicadores, métricas e procedimentos*

### 10.4.1.5. Syllabus:

*1. Importance and scope of Marketing*

- 1.1. *Operational marketing role in company's economy*
- 1.2. *Firms' orientation towards market*
- 1.3. *The linkage between strategic planning and operational planning.*
2. *Marketing-Mix*
  - 2.1. *Product Policy (good, service or idea)*
  - 2.2. *Distribution Policy*
  - 2.3. *Price Policy*
  - 2.4. *Communication Policy*
3. *Marketing Plan*
  - 3.1. *Principles for developing a marketing plan: consistency and alignment with strategic marketing*
  - 3.2. *Preparing a marketing plan: work phases*
  - 3.3. *Decisions about marketing goals and strategies*
  - 3.4. *Definition and selection of actions / marketing initiatives: consistency and viability analysis*
  - 3.5. *Marketing activities planning: schedules, responsible and budgets*
  - 3.6. *Marketing mix assessment and monitoring: Indicators, metrics and procedures*

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

*Os conteúdos programáticos lecionados contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

1. *Importância e Âmbito do Marketing*
  - 1.1. (C1)
  - 1.2. (C2, C3)
  - 1.3. (C2, C3)
2. *Marketing-Mix*
  - 2.1. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.2. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.3. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.4. (C1, C2, C3, C4 e C5)
3. *Plano de Marketing*
  - 3.1. (C1)
  - 3.2. (C1, C2, C3)
  - 3.3. (C1, C2, C3)
  - 3.4. (C1, C2, C3, C4, C5)
  - 3.5. (C1, C2, C3, C4, C5)
  - 3.6. (C1, C2, C3, C4, C5)

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

1. *Importance and scope of Marketing*
  - 1.1. (C1)
  - 1.2. (C2, C3)
  - 1.3. (C2, C3)
2. *Marketing-Mix*
  - 2.1. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.2. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.3. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 2.4. (C1, C2, C3, C4 e C5)
3. *Marketing Plan*
  - 3.1. (C1)
  - 3.2. (C1, C2, C3)
  - 3.3. (C1, C2, C3)
  - 3.4. (C1, C2, C3)
  - 3.5. (C1, C2, C3, C4 e C5)
  - 3.6. (C1, C2, C3, C4 e C5)

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

*A metodologia de aprendizagem e avaliação desenvolve-se através das seguintes componentes:*

*Presencial*

*Ensino teórico-prático (Apresentação dos conceitos, Exemplificação e análise de situações reais, Resolução de exercícios e trabalhos, Discussão de ideias, conceitos e problemas)*

*Orientação tutorial (Sessões de esclarecimento de dúvidas)*

*Autónoma*

*Estudo (Leitura de excertos de bibliografia recomendada; Resolução de trabalhos)*

*E-aprendizagem (Material relativo à UC)*

*Avaliação contínua*

*1 teste escrito (T) - mín. 8/20 val. cada)*

*2 trabalhos (TP) - TP1 e TP2 (mín. 10/20 val. cada)*

*Classificação final (CF):  $CF = 0,5 (T) + 0,5 (TP1+TP2)$*

*Exame (Normal, Recurso e Especial)*

*A nota dos trabalhos práticos transita para a avaliação por exame (E).*

*Classificação final:  $CF = 0,6 (E) + 0,4 (TP1+TP2)$*

*ou*

*Classificação final: CF= (E)*

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

*Presential teaching*

*Theoretical and practical study (Presentation of concepts, Exemplification and analysis of real situations, resolution of exercises, Discussion/dialogue of ideas, concepts and issues)*

*Tutorial (Personal guidance sessions and clarification of doubts)*

*Autonomous*

*Study (Reading of extracts from recommended bibliography; Resolution of recommended marketing case studies)*

*E-learning*

*Continuous evaluation:*

*1 Written exam (WE) – minimum of 8 values/20 values*

*2 Practical works (PW1 and PW2) - minimum of 10 values/20 values*

*Final classification: 0.5 WE + 0.5 (PW1 + PW2)*

*Exam evaluation:*

*Final classification: 0.6 WE + 0.4 (PW1 + PW2)*

*Or*

*Written Individual Exam (WE)*

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

*As metodologias de ensino e os recursos utilizados na UC contribuem para as competências gerais estabelecidas para a UC da seguinte forma:*

*Presencial*

*• Ensino teórico-prático*

*o Apresentação dos conceitos – (C1)*

*o Exemplificação – (C1, C2 e C3)*

*o Discussão de práticas apresentadas – (C2, C4 e C5)*

*o Análise crítica de exemplos e casos práticos – (C3)*

*o Vivências / experiências de conceitos apresentados – (C2, C3 e C4)*

*• Orientação tutorial – (C1, C2, C3, C4 e C5)*

*Autónoma*

*• Estudo*

*o Leitura de excertos de bibliografia recomendada – (C1, C2, C5)*

*o Resolução de trabalhos recomendados – (C2, C3, C4 e C5)*

*• E-aprendizagem – (C5)*

*Recursos*

*• Sala de aula com quadro branco e projetor – (C1, C2 e C3)*

*• Computador e internet – (C2, C3 e C4)*

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

*Presential teaching*

*Theoretical and practical study*

*Presentation of concepts - (C1)*

*Practical examples - (C1, C2 and C3)*

*Discussion of the practices presented - (C2, C4 and C5)*

*Critical analysis of the examples and case studies - (C3)*

*The experiments on the concepts presented - (C2, C3 and C4)*

*Tutorial - (C1, C2, C3, C4 and C5)*

*Autonomous*

*Study*

*Reading the book of recommended reading - (C1, C2, C5)*

*Resolution of the practical work recommended - (C2, C3, C4 and C5)*

*E-learning - (C5)*

*Resources*

*Classroom with white board and projector - (C1, C2 and C3)*

*Computer and internet - (C2, C3 and C4)*

#### 10.4.1.9. Bibliografia principal:

*• Cravens, D. (2000), Strategic Marketing (6 ed., London). McGraw-Hill, pp. 73-110.*

*• Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. and Ferrell, O. C. (2005), Marketing – Concepts and Strategies, 5th European Edition, Houghton Mifflin, Boston, MA.*

*• Kotler, P. (2002). Marketing. Edição Atlas.*

*• Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). Princípios de Marketing. Prentice Hall.*

*• Kotler, P. (2003), Marketing Management, 11th edition, Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.*

*• Lambin, J. (2000). Marketing Estratégico. McGraw-Hill.*

