

ACEF/1112/24367 — Guião para a auto-avaliação

Caracterização do ciclo de estudos.

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

Codepa – Centro De Orientação E Documentação De Ensino Particular, S.A.

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

Codepa – Centro De Orientação E Documentação De Ensino Particular, S.A.

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

Instituto Superior De Novas Profissões

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

Instituto Superior De Novas Profissões

A3. Ciclo de estudos:

Gestão Comercial e Vendas

A3. Study cycle:

Commercial Management

A4. Grau:

Licenciado

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

DR, 2ª série – nº 109 de 5 de Junho de 2009; despacho nº 13357/2009

A6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Economia e Gestão

A6. Main scientific area of the study cycle:

Economics and Management

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

345

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

<sem resposta>

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

<sem resposta>

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

180

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

6 Semestres

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

6 Semesters

A10. Número de vagas aprovado no último ano lectivo:*60***A11. Condições de acesso e ingresso:***12º ano ou equivalente***A11. Entry Requirements:***12th grade or equivalent***A12. Ramos, opções, perfis...****Pergunta A12**

A12. Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):*Não***A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ... (se aplicável)**

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

Opções/Ramos/... (se aplicável):

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

*<sem resposta>***A13. Estrutura curricular****Mapa I -**

A13.1. Ciclo de Estudos:*Gestão Comercial e Vendas***A13.1. Study Cycle:***Commercial Management***A13.2. Grau:***Licenciado***A13.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***<sem resposta>***A13.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***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*
-----------------------------------	-----------------	------------------------------------	---------------------------------

Economia e Gestão	EG	101	0
Matemática	M	6	0
Ciências Jurídicas	CJ	13	0
Psicologia	P	24	0
Ciências da Comunicação	CC	11	0
Sociologia	S	8	0
Engenharia Electrónica e Informática	EEL	12	0
Qualidade e Segurança	QS	5	0
(8 Items)		180	0

A14. Plano de estudos

Mapa II - - I Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Gestão Comercial e Vendas

A14.1. Study Cycle:

Commercial Management

A14.2. Grau:

Licenciado

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

<sem resposta>

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

<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

I Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:

I 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)
Economia	EG	Semestral	100	22.5	4	NA
Marketing	EG	Semestral	150	45	6	NA
Psicologia	P	Semestral	150	45	6	NA
Fundamentos de Gestão	EG	Semestral	125	22.5	5	NA
Direito Comercial	CJ	Semestral	175	67.5	7	NA
Metodologias de Investigação Científica	S	Semestral	50	22.5	2	NA
(6 Items)						

Mapa II - - II Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Gestão Comercial e Vendas

A14.1. Study Cycle:

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

<sem resposta>

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

<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:*II Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***II Semestre***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)
Tecnologias e Sistemas de Informação	EEI	Semestral	150	45	6	NA
Comunicação Interpessoal	CC	Semestral	150	45	6	NA
Gestão de Recursos Humanos	EG	Semestral	125	22.5	5	NA
Sociologia	S	Semestral	150	45	6	NA
Gestão Comercial e Força de Vendas	EG	Semestral	175	67.5	7	NA
(5 Items)						

Mapa II - - III Semestre**A14.1. Ciclo de Estudos:***Gestão Comercial e Vendas***A14.1. Study Cycle:***Commercial Management***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

<sem resposta>

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

<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:*III Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***III Semestre*

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 e Comércio Internacional	EG	Semestral	150	45	6	NA
Distribuição e Logística	EG	Semestral	150	45	6	NA
Organização e Gestão de Eventos e Animação	EG	Semestral	150	45	6	NA
Métodos Quantitativos	M	Semestral	150	45	6	NA
Comportamento do Consumidor	P	Semestral	150	45	6	NA
(5 Items)						

Mapa II - - IV Semestre**A14.1. Ciclo de Estudos:***Gestão Comercial e Vendas***A14.1. Study Cycle:***Commercial Management***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***<sem resposta>***A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***IV Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***IV 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)
Estudos de Mercado	EG	Semestral	150	45	6	NA
Técnicas de Comunicação de Marketing	EG	Semestral	150	45	6	NA
Direito dos Contratos	CJ	Semestral	150	45	6	NA
Gestão do Preço e do Produto	EG	Semestral	150	45	6	NA
Liderança e animação de Equipas	P	Semestral	150	45	6	NA
(5 Items)						

Mapa II - - V Semestre**A14.1. Ciclo de Estudos:***Gestão Comercial e Vendas*

A14.1. Study Cycle:
Commercial Management

A14.2. Grau:
Licenciado

A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)
<sem resposta>

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)
<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
V Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
V 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)
Contabilidade Geral e Analítica	EG	Semestral	175	67.5	7	NA
Marketing Relacional	EG	Semestral	150	45	6	NA
Planeamento e Controlo de Gestão	EG	Semestral	150	45	6	NA
e-Marketing e Comércio Electrónico	EEI	Semestral	150	45	6	NA
Promoções e Merchandising	CC	Semestral	125	22.5	5	NA
(5 Items)						

Mapa II - - VI Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:
Gestão Comercial e Vendas

A14.1. Study Cycle:
Commercial Management

A14.2. Grau:
Licenciado

A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)
<sem resposta>

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)
<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
VI Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
VI 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 Financeira e Orçamental	EG	Semestral	175	67.5	7	NA
Gestão da Qualidade	QS	Semestral	125	22.5	5	NA
Técnicas de Negociação	P	Semestral	150	45	6	NA
Gestão de Marcas	EG	Semestral	125	22.5	5	NA
Práticas de Empreendedorismo, Retalho e Força de Vendas	EG	Semestral	175	67.5	7	NA

(5 Items)

Perguntas A15 a A16**A15. Regime de funcionamento:***Outros***A15.1. Se outro, especifique:***Este curso funciona em regime pós-laboral, podendo vir a funcionar também em regime diurno.***A15.1. If other, specify:***This course runs on after working hours and could also function in daytime.***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)***Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira / Mafalda Luísa de Almeida Serra Patuleia***A17. Estágios e Períodos de Formação em Serviço****A17.1. Indicação dos locais de estágio e/ou formação em serviço****Mapa III - Protocolos de Cooperação****Mapa III - Academy of Humanities in Łódź****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Academy of Humanities in Łódź***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Academy of Humanities in Łódź.pdf](#)**Mapa III - Aristotle University****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Aristotle University***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Aristotle University .pdf](#)**Mapa III - Haute Ecole Lucia de Brouckere****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Haute Ecole Lucia de Brouckere*

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):[A17.1.2._Haute Ecole Lucia de Brouckere.pdf](#)**Mapa III - Hogeschool Utrecht****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Hogeschool Utrecht***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Hogeschool Utrecht.pdf](#)**Mapa III - Humak University****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Humak University***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Humak University.pdf](#)**Mapa III - IULM****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***IULM***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._IULM.pdf](#)**Mapa III - Kujawy and Pomorze University in Bydgoszcz****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Kujawy and Pomorze University in Bydgoszcz***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Kujawy and Pomorze University in Bydgoszcz.pdf](#)**Mapa III - Lycee Jules Ferry la Colinne****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Lycee Jules Ferry la Colinne***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Lycee Jules Ferry la Colinne.pdf](#)**Mapa III - Mednarodna Fakulteta Poslovne Studije****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Mednarodna Fakulteta Poslovne Studije***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Mednarodna Fakulteta Poslovne Studije.pdf](#)**Mapa III - The Collage of Tourism and Ecology****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***The Collage of Tourism and Ecology***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._The Collage of Tourism and Ecology.pdf](#)**Mapa III - Universidad Cardenal Herrera****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Universidad Cardenal Herrera**A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Universidad Cardenal Herrera.pdf](#)**Mapa III - Universidad de Alicante****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Universidad de Alicante***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Universidad de Alicante.pdf](#)**Mapa III - Universidad de Huelva****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Universidad de Huelva***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Universidad de Huelva.pdf](#)**Mapa III - Universidad de Las Palms e Gran Canaria****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Universidad de Las Palms e Gran Canaria***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Universidad de Las Palms e Gran Canaria.pdf](#)**Mapa III - University of Bucharest****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***University of Bucharest***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._University of Bucharest.pdf](#)**Mapa III - University of Greenwich****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***University of Greenwich***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._University of Greenwich.pdf](#)**Mapa III - University of Nancy****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***University of Nancy***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._University of Nancy.pdf](#)**Mapa III - University of Styrting****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***University of Styrting***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._University of Styrting.pdf](#)

Mapa III - University of Sunderland**A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***University of Sunderland***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._University of Sunderland.pdf](#)**Mapa III - Univesity of Brasov****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Univesity of Brasov***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Univesity of Brasov.pdf](#)**Mapa III - Uniwersytet Marie Curie****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Uniwersytet Marie Curie***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Uniwersytet Marie Curie.pdf](#)**Mapa III - Uniwersytet Wroclawski****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Uniwersytet Wroclawski***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Uniwersytet Wroclawski.pdf](#)**Mapa III - Wyzsza Szkola Handlu i Uslug****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Wyzsza Szkola Handlu i Uslug***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Wyzsza Szkola Handlu i Uslug.pdf](#)**Mapa III - ELASTIC RIGHTS PORTUGAL****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***ELASTIC RIGHTS PORTUGAL***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._elasticrightsportugal_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Manchete - Estudo, Tratamento e Gestão da Informação, SA,****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Manchete - Estudo, Tratamento e Gestão da Informação, SA,***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._manchete_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Eurovida****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Eurovida***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**

[A17.1.2._PC001 eurovida_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Geopoint****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Geopoint***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._PC002 geopoint_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Lusotemp****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Lusotemp***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._PC003 lusotemp_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Miaki****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Miaki***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._PC004 miakihumantechnologies_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Primesoft****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Primesoft***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._PC005 primesoft_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Tecladominio****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Tecladominio***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._PC006 tecladominio_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Workshop****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Workshop***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._PC007 workshop_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Zenki****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Zenki***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._grupozenki_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Incentivoseeventos****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Incentivoseeventos*

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):[A17.1.2._incentivoseeventos_codepa001.pdf](#)**Mapa III - CM_Alcochete****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***CM_Alcochete***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._cmalcochete_codepa001.pdf](#)**Mapa III - CM_Faro****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***CM_Faro***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._cmfaro.pdf](#)**Mapa III - Grupo Media Capital****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Grupo Media Capital***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._media capital.pdf](#)**Mapa III - Buisson****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Buisson***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._buisson_codepa001.pdf](#)**Mapa IV. Mapas de distribuição de estudantes****A17.2. Mapa IV. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.(PDF, máx. 100kB)**

Documento com o planeamento da distribuição dos estudantes pelos locais de formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.

*<sem resposta>***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.

O INP dispõe de uma forte política de incentivo à realização de estágios curriculares, tendo para o efeito o Departamento de Relações Internacionais, Estágios e Empreendedorismo. Este tem como sua missão prestar apoio aos alunos e diplomados em todos assuntos relacionados com estágios e emprego, entre outros, a nível nacional e internacional, fazendo a ligação entre o ensino e o mercado de trabalho.

Este desenvolve o seu trabalho em relação permanente com todos os actores envolvidos, procurando dar respostas sempre adaptadas às necessidades dos alunos e diplomados. São realizadas periodicamente sessões com os alunos, quer turma a turma nos diferentes cursos, articulando e envolvendo neste processo os professores, quer na organização anual da JobShop. Esta iniciativa traz até aos alunos o testemunho de representantes de entidades privadas, públicas e governamentais, bem como cria espaços físicos dentro do INP para a presença de stands dessas mesmas entidades.

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

The INP has a strong policy of encouraging the implementation of curriculum, and to this end the Department of International Relations, Internship and Entrepreneurship. This has as its mission to provide "support students

and graduates in all matters related to internships and employment, among others, nationally and internationally, making the link between education and the labor market."

This develops its work in ongoing relationship with all stakeholders, always looking for responses adapted to the needs of students and graduates. Sessions are held periodically with the students or class to class in different courses, articulating and teachers involved in this process, both in the organization's annual JobShop. This initiative brings students to the testimony of representatives of private, public and government, and create physical spaces within the INP stands for the presence of those entities.

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 / 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:

O desenvolvimento da Sociedade da Informação tem projectado a actividade comercial das empresas, que tem vindo a assumir dimensões de intervenção cada vez mais complexas e exigentes, com especificidades e âmbitos de actuação técnica muito próprios. A sofisticação dos processos e métodos implica um nível de competência sempre crescente. As competências generalistas já não são suficientes, é fundamental dominar competências técnicas e comportamentais específicas.

Neste espírito, o INP com a curva de experiência de 46 anos de ensino projectou um ciclo de estudos numa área de conhecimento que domina. A formação de carácter profissionalizante, exigente e especializada, do projecto educativo do INP, propicia o desenvolvimento de competências críticas ao pleno desempenho de uma actividade profissional na área da Gestão e Direcção Comercial. O seu principal objectivo é, por um lado, proporcionar uma formação actualizada e avançada em domínios técnicos e científicos ligados à gestão, com especial enfoque na actividade comercial. O método de aprendizagem – base teórica sólida aliada a uma forte componente prática, assente na análise e discussão de case studies.

A Licenciatura em Gestão Comercial e Vendas propõe-se aprofundar competências projectuais em variadas áreas de especialização, quer da área da Gestão, do Marketing, quer das áreas transdisciplinares da Comunicação, Tecnologias, Psicologia e Sociologia, actualizando o domínio técnico e prático dos seus discentes. Esta licenciatura propõe-se, assim, promover a integração dos saberes e das práticas, estimular a constante actualização de todos aqueles que trabalham e operam nestes domínios, através de uma atitude permanente de inquirição e de experimentação, bem como desenvolver a capacidade de acção autónoma e de trabalho em equipa. Pretende-se ainda fornecer competências e preparação específicas que permitam ao diplomado exercer com sucesso as actividades profissionais correspondentes aos perfis curriculares leccionados, bem como continuar o seu percurso académico. Por outro lado, em termos profissionais, visa-se a formação e actualização de conhecimentos de todos os que trabalham ou pretendem vir a exercer funções em áreas comerciais.

Este ciclo de estudos apresenta saídas profissionais no âmbito da Gestão de Departamentos Comerciais,

Marketing, Branding, Gestão de Produtos, coordenação de equipas de vendas, comércio e retalho e actividades logísticas.

A18. Observations:

The development of the Information Society has projected commercial activity of enterprises, which has assumed dimensions of intervention increasingly complex and demanding, with specific areas of performance and technique very own. The sophistication of the processes and methods implies an ever increasing level of competence. The generalist skills are not enough, it is essential mastering specific technical and behavioral skills.

In this spirit, the INP with the curve 46 years experience teaching a course of study designed in an area of knowledge that dominates. The vocational training of character, demanding and specialized, the educational project of the INP, favors the development of critical skills to the full performance of a professional activity in the area of Management and Commercial Management. Its main aim is, firstly, provide an updated and advanced training in areas related to technical and scientific management, with special focus on business. The learning method - solid theoretical foundation coupled with a strong practical component, based on the analysis and discussion of case studies.

The degree in Business Management and Sales proposes to deepen projectual skills in various areas of expertise or area of Management, Marketing or disciplinary areas of Communication, Technology, Psychology and Sociology, updating the technical and practical of their students . This degree is proposed, thus promoting the integration of knowledge and practices, encouraging the constant updating of all those who work and operate in these areas, through a permanent attitude of inquiry and experimentation as well as develop the capacity for autonomous action and teamwork. It is also intended to provide specific skills and preparation to enable the graduate to successfully carry out professional activities related to the taught curriculum profiles, as well as continue his academic career. On the other hand, in professional terms, aims to update knowledge and training of all who work or aspire to hold positions in commercial areas.

This course of study presents career opportunities within the Business Management Department, Marketing, Branding, Product Management, coordination of teams of sales, trading and retail and logistics activities.

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.

São objectivos gerais deste ciclo de estudos:

- 1) Proporcionar um currículo em Gestão Comercial e Vendas inovador e motivador para os discentes e que vá de encontro às necessidades identificadas pela comunidade académica e pelos profissionais da área como relevantes no exercício da profissão;*
- 2) Estimular a curiosidade intelectual, bem como o pensamento conceptual;*
- 3) Levar os discentes a desenvolver uma atitude positiva e capacidade de análise crítica;*
- 4) Promover o desenvolvimento de competências pessoais e intelectuais, bem como competências de gestão necessárias ao desenvolvimento das áreas de comerciais e de vendas.*
- 5) Formar diplomados capazes de alcançar posições de liderança em departamentos comerciais;*
- 6) Desenvolver capacidades dos estudantes para que sejam autónomos na sua aprendizagem e profissionais reflexivos e íntegros.*

1.1. Study cycle's generic objectives.

Are overarching objectives of this course of study:

- 1) Provide a resume in Sales Management and Sales innovative and motivating for the students and that meets the needs identified by the academic community and by professionals as relevant in the profession;*
- 2) To stimulate intellectual curiosity, as well as conceptual thinking;*
- 3) Take the students to develop a positive attitude and ability of critical analysis;*
- 4) Promote the development of intellectual and personal skills and management skills needed to develop the areas of business and sales.*
- 5) To train graduates able to achieve leadership positions in departments comerciais;*
- 6) Develop capacities of students to be autonomous in their learning and reflective practitioners and integrity.*

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

Este curso de 1º Ciclo em Gestão Comercial e Vendas procura fornecer e perspectivar novos conteúdos de Gestão, em especial do “saber fazer” que está em constante mutação e aceleração, indo ao encontro do projecto escolar do INP e que passa pela manutenção dos valores académicos que visam na sua missão o rigor

científico e a exigência pedagógica.

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

This course 1st Cycle Management Sales & seeks to provide and outline new content management, in particular the "know-how" that is constantly changing and acceleration, meeting of the school project of the INP and passing through the maintenance of academic values mission aimed at the scientific accuracy and pedagogical requirements.

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

No início de cada semestre de aulas, a Instituição de Ensino, independentemente das abordagens individuais com cada docente face aos objectivos pedagógicos e científicos das unidades curriculares que irão leccionar, realiza uma reunião geral de docentes onde se reforçarão os objectivos gerais e específicos de cada unidade curricular face ao ciclo de estudos que se enquadram, bem como a avaliação das necessidades específicas que venham a ser propostas pelos referidos docentes. Por outro lado, realiza-se ainda, no início de cada ano lectivo, uma reunião promovida pelo Departamento Técnico-Científico onde está inserido o ciclo de estudos com os seus discentes, com o objectivo de dar a conhecer as especificidades de cada unidade curricular que irão ser leccionadas nesse ano escolar, numa perspectiva de divulgação dos principais objectivos de cada unidade curricular que irá ser leccionada, bem como no potenciar a melhor integração dos discentes face ao proposto ano do ciclo de estudos.

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

At the beginning of each semester of classes, the education institution, regardless of individual approaches to each teacher meet the educational and scientific objectives of the courses that will teach, conducts a general meeting of teachers where they reinforce the general and specific objectives of each unit curriculum over the course of study that fit as well as the assessment of specific needs that might be proposed by those teachers. On the other hand, takes place even at the beginning of each academic year, a meeting sponsored by the Scientific-Technical Department which is inserted the course of study with their students, with the aim of making known the specifics of each course that will be taught in this school year with a view to disseminate the main objectives of each course that will be taught, as well as foster better integration of students over the years of the proposed course of study.

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.

A org. interna assenta em 1ª instância na Coord. do 1º. ciclo que as funções:

- a) Acomp. pedag. e científico mais próximo aos discentes e docentes, sendo a 1ª estrutura de auscultação às necessidades e preocupações dos alunos e dos docentes;*
- b) Actualização de inform. acad., científica e bibliográfica em termos nacion. e intern.;*
- c) Estimular a participação de docentes e alunos em congressos, palestras ou simpósios científicos nacionais e intern.;*
- d) Actualização dos prof. em termos de metod. pedagógicas e de avaliação;*
- e) Detecção de necessidades ao nível do corpo docente, i.e. na sugestão de novas contratações;*
- f) Elaboração da proposta de distribuição de serviço docente e horários.*

A coord. deste 1º. ciclo reporta ao Dep. da área científica predominante nesta, que conjuntamente com o Conselho Pedagógico, Científico, Depart. de Qualidade, Secretário-Geral e Direcção articulam vias estrat. e científicas de afirmação do ciclo quer no âmbito nacional, quer no âmbito intern.

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

The internal organ. is based primarily on Coordination 1st cycle which has the functions:

- a) Monitor educ. and scientific closer to students and teachers, being the first structure of listening to the needs and concerns of students and teachers;*
- b) Permanent updating of inform. from acad., scientific literature and at national and intern.;*
- c) Information and encouragement teachers and students at conferenc, lectures and symposia nationally and intern.;*
- d) Initiatives to promote the upgrading of teachers in terms of teaching method. and assessment;*
- e) detecting level needs of faculty, particul. at the suggestion of new hires;*
- f) Preparation of the proposed distribution of teaching and schedules.*

The coordination of 1st cycle reports to the Depart. of prevailing in this scientific area, which together with the

Pedag., Scientific, Quality Department, General Secretary and Director articulate strategic and scientific way of affirming the cycle both nationally or intern..

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.

A participação activa de docentes e estudantes nos processos de tomada de decisão é garantida através do seu assento nos órgãos estatutariamente mencionados com antecedência, nomeadamente os Conselhos Pedagógicos, bem como através da sua consulta de inquéritos.

Complementarmente, procede-se semestralmente à concretização de reuniões gerais de docentes e reuniões parcelares com os discentes de cada ano do ciclo de estudos, de modo a avaliar do seu grau de conhecimento e apreciação das transformações em curso e eventuais sugestões de melhoria.

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.

The active participation of teachers and students in the processes of decision making is guaranteed through its statutory seat in the organs mentioned in advance, namely the Pedagogical Councils, as well as through its consulting inquiries.

In addition, there shall be six months to the achievement of general meetings and meetings of teachers with the students tranches each year of the course in order to assess their level of knowledge and appreciation of the ongoing changes and suggestions for improvement.

2.2. Garantia da Qualidade

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

Com o objectivo de implementar um sistema interno de garantia de qualidade ao Gabinete da Qualidade, cabe contribuir para a elaboração e aplicação de um Plano Integrado de Qualidade, do qual, nomeadamente, constarão, nomeadamente a estratégia institucional de qualidade do Instituto, em que se identificará a participação e atribuições dos diferentes órgãos da comunidade académica e parcerias externas ao ISG, bem como modelo de monitorização da implementação e revisão do próprio Plano; e todos os procedimentos atinentes à verificação de procedimentos correspondentes.

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

In order to implement an internal system of quality assurance to the Office of Quality, it is contributing to the development and implementation of an Integrated Quality Plan, which, in particular, contain, including the Strategy Institute's institutional quality, which identify the involvement of different organs and functions of the academic community and external partnerships to ISG as well as a model for monitoring the implementation and review of the Plan itself, and all procedures relating to the verification procedures corresponding.

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

Alexandre Safont Tavares, Secretário - Geral

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

Alexandre Safont Tavares, General-Secretary

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

Monitorização do processo de ensino /aprendizagem, com vista à sua melhoria, com base na avaliação dos objectivos de aprendizagem, através de inquéritos à comunidade discente e docente, com concretização por unidade curricular e acompanhamento e "medição", com análise do êxito obtido na integração no mercado de emprego ou mudança de organização, sempre no confronto com os objectivos antes enunciados.

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

Monitoring of teaching / learning, with a view to its improvement, based on the assessment of learning objectives through community surveys students and teachers with curriculum implementation and monitoring unit and "measurement", analyzing the success in integration into the labor market or change in organization, always in conflict with the objectives outlined above.

2.2.4. Ligação facultativa para o Manual da Qualidade

<http://docs.ensinus.pt/inp.zip>

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

Os resultados são analisados no âmbito do Conselho Científico e das estruturas de coordenação do ciclo de

estudos, na perspectiva de seguir as recomendações efectuadas , com vista à melhoria e cumprimento em pleno dos objectivos do ciclo de estudos

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

The results are analyzed within the Council of Scientific and coordination structures of the course, with a view to follow the recommendations made, to improve and in full compliance with the objectives of the course

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

Toda a oferta formativa do INP, a nível de primeiro e segundo ciclo, é objecto constante de auto-avaliação. Esta oferta formativa encontra-se aprovada pela DGES, já foi objecto de avaliações/inspecções por parte da referida instituição e por parte de Comissões de Avaliação Externa (2003/2004).

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

All the training offer of the INP, the level of first and second cycle is the subject of constant self-evaluation. This training offer is approved by the DGES, has been the subject of reviews / inspections by the said institution and by the External Evaluation Committee (2003/2004).

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)
Sala 1	77
Sala 2	72
Sala 3	81
Sala 4	77
Sala 5	39
Sala 6	42
Sala 7	39
Sala 8	46
Sala 9	49
Sala 10	49
Sala 11	49
Sala 12	49
Sala 13	47
Sala 14	28
Sala 15	49
Sala 16	49
Sala 17	47
Sala 18	28
Sala 19	39
Auditório 1	362
Auditório 2	118
Auditório 3	118
Laboratório 1	49
Laboratório 2	49
Laboratório 3	49
Laboratório 4	49
Centro de Trabalho Tecnológico	49
Sala de Estudo 1	133
Sala de Estudo 2	29
Sala de Estudo 3	27
Sala de Estudo 4	11

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
CPU Dell OptiPlex 745 SF Dual Core 1.86 Ghz	101
Monitor Dell E177FP Panel Monitor	101
CPU Hp Compaq 8200 Elite SFF PC Core i5-2400	12
Monitor TFT HP L1709	12
Projektor Epson - EB-X8	3
Projektor Epson EMP-S5	2
Projektor Epson - S62	2
Projektor Hitachi ED-X22 XGA	6
Projektor Hitachi ED-X24ZEP	2
Projektor Sanyo Pro xtrax Multiverse Projector	1
Projektor Sony VPL-ES 2	1
Portátil Asus Eee Pc 1005HA	3
Portátil Toshiba NB500-10Z	2
Impressora - Epson Stylus Color 1440 Photo	1
Impressora HP - LaserJet 4000	1
Impressora HP LaserJet P2015n	2
Impressora Minolta PagePro 9100	2
Impressora Zebra - LP 2844PS	1
Impressora Toshiba e-studio 255	1
Microsoft Windows	1
Microsoft Office	1
Microsoft Expression (Web, Design e Encoder)	1
Symantec Endpoint Protection	1
Firewall IPBrick	1
Proxy IPFire	1
Proxy Squid	1
Statistica 10	1
SPSS 20	1
Manifold 8 (para SIG)	1
Paint-net	1
Gretl	1
Galileo – Sistema de Reservas para Agências de Viagens	1
Amadeus – Sistema de Reservas	1

3.2 Parcerias

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

O projecto educativo do INP insere-se numa lógica de alinhamento internacional, como se pode observar pelos parceiros institucionais a nível global como a EUPRERA (European Public Relations Education & Research Association), IPRA (International Public Relations Association) ou o MARPE (Master of Arts in European Public Relations).

O INP esteve nas origens de muitos destas organizações e, numa óptica de procura das melhores práticas tem desenvolvido, através dos seus docentes uma aproximação às restantes instituições membros. O INP possui a Carta Universitária ERASMUS, emitida com a duração máxima, sendo válida até 2013. A 31 de Dezembro de 2011, o Instituto tem protocolos de mobilidade com as instituições descritas no ponto seguinte.

3.2.1 International partnerships within the study cycle.

The educational project of the INP part of a logic of international alignment, as observed by global institutional partners such as EUPRERA (European Public Relations Education & Research Association), IPRA (International Public Relations Association) or marpe (Master of Arts in European Public Relations).

The INP was the origins of many of these organizations and, with a view to finding the best practices have developed, through their teachers closer to the other member institutions. The INP has the ERASMUS University Charter issued with a maximum duration, and is valid until 2013. The December 31, 2011, the Institute of mobility protocols with institutions described in the following section.

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

Artevelde school
 Haute École Lucia de Brouckere - Institute Arthur Haulot
 University of Nancy 2
 Humak University of Applied Sciences
 Aristotle University of Thessaloniki
 Academy of Humanities and Economics In Łódź
 Wrocław University
 Università degli Studi di Roma La Sapienza
 Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM
 Universidad de Alicante
 Transilvania University Of Brasov
 International School for Social and Business Studies
 Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
 Hogeschool Utrecht, University of Applied Sciences
 Ksigitmond Király Főiskola
 Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
 Universidad Cardinal Herrera C.E.U.
 University of Stirling
 Universidad de Huelva
 Wyższa Szkoła Handlu i Usług
 University College of Tourism and Ecology
 University of Bucharest
 Kujawy and Pomorze University
 University of Greenwich

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

Artevelde school
 Haute École Lucia de Brouckere - Institute Arthur Haulot
 University of Nancy 2
 Humak University of Applied Sciences
 Aristotle University of Thessaloniki
 Academy of Humanities and Economics In Łódź
 Wrocław University
 Università degli Studi di Roma La Sapienza
 Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM
 Universidad de Alicante
 Transilvania University Of Brasov
 International School for Social and Business Studies
 Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
 Hogeschool Utrecht, University of Applied Sciences
 Ksigitmond Király Főiskola
 Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
 Universidad Cardinal Herrera C.E.U.

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

A Direcção do INP tem sempre apoiado e incentivado a participação em reuniões ou congressos de associações da área em que o INP é membro. Esta presença orienta-se não só em termos de apresentação de comunicações como pelo desenvolvimento de contactos que se venham a revelar em participações em redes de investigação (ex. EduProject) e estabelecimento de Acordos Interinstitucionais no âmbito do Programa Erasmus. Estes contactos são canalizados para o DRI o qual concretiza a assinatura desses AI (ver questão 3.2.1).

O INP estimula co-financiando a presença de professores seus em Congressos nacionais e internacionais através da apresentação de conferências, existindo o cuidado da parte da coordenação do curso, de preparar esses professores como embaixadores do INP.

A presença de 40 professores doutores de outras universidades (27 universidades nacionais e internacionais) no Cientific Board da IBER é exemplo ainda da forma como se promove essa cooperação interinstitucional.

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

The Board of INP has always supported and encouraged to participate in meetings or conferences of associations of the area in which the INP is a member. This presence is oriented not only in terms of presentations by the development of contacts that would prove to participation in research networks (eg EduProject) and establishment of interinstitutional agreements under Erasmus. These contacts are channeled into the DRI which embodies the signature of AI (see Question 3.2.1).

The INP encourages co-financing the presence of teachers in their Congresses national and international conferences by presenting, there is caution on the part of the course coordinator, to prepare such teachers as

ambassadors of the INP.

The presence of 40 teachers (PhD) from other universities (27 universities) in the IBER Cientific Board is further example of how this is promoted inter-institutional cooperation.

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

O corpo docente do curso de Gestão Comercial e Vendas é composto por um misto de académicos e especialistas. Assim sendo, são promovidos permanentemente contactos com o meio empresarial através não só dos docentes especialistas do curso como também através de protocolos de estágio, seminários, workshops temáticos, feiras de profissões, entre outras iniciativas. É ainda de salientar o papel desenvolvido pelo Conselho Geral do INP composto por altos representantes do tecido empresarial português e também quadros superiores do sector público, que reúne ordinariamente duas vezes por ano, debatendo permanentemente a estratégia da instituição e dos vários ciclos de estudo.

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

The faculty of the course Management Sales & consists of a mix of academics and experts. Therefore, they are permanently promoted contacts with the business by not only teachers but also specialists of the course through protocols internship, seminars, workshops, career fairs, among other initiatives. Note also the role played by the General Council composed of senior INP representatives of the Portuguese business as well as senior public sector, which normally meets twice a year, constantly debating the strategy of the institution and the various courses of study.

4. Pessoal Docente e Não Docente

4.1. Pessoal Docente

4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias

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

Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Ana Isabel Inácio Gomes da Silva Lopes Vaz

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

Ana Isabel Inácio Gomes da Silva Lopes Vaz

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

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

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - António Paulo Luís Jorge

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

António Paulo Luís Jorge

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 - Celma Selemene Padamo

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

Celma Selemene Padamo

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 - Dulce Maria Juncal Ferreira Mendes

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

Dulce Maria Juncal Ferreira Mendes

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada

em A1):

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira

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

Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Fernando Manuel Pereira Tristany

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

Fernando Manuel Pereira Tristany

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Francisco Manuel da Encarnação Ferrão

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

Francisco Manuel da Encarnação Ferrão

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Francisco Antonino Lopes dos Santos**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Francisco Antonino Lopes dos Santos

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Hugo Alexandre Miranda de Ataíde**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Hugo Alexandre Miranda de Ataíde

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 - João Licínio Cabral da Silva****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***João Licínio Cabral da Silva***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 - Joaquim Amândio da Conceição Caetano****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Joaquim Amândio da Conceição Caetano***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - José António Dias****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José António Dias***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 - José Joaquim de Leão Pinto da Silva e Guerreiro****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Joaquim de Leão Pinto da Silva e Guerreiro***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 Leonor Maciel dos Santos Almeida****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Maria Leonor Maciel dos Santos Almeida***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Mafalda Luísa de Almeida Serra Patuleia****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Mafalda Luísa de Almeida Serra Patuleia***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 - Manuel de Vilhena Veludo

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

Manuel de Vilhena Veludo

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Miguel Nuno Vieira de Carvalho d'Abreu Varela

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

Miguel Nuno Vieira de Carvalho d'Abreu Varela

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 - Pedro Manuel Alves Trindade

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

Pedro Manuel Alves Trindade

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada

em A1):

Instituto Superior de Novas Profissões

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 - Rogélia Maria Vargues Rodrigues

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

Rogélia Maria Vargues Rodrigues

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 - Rui Pinheiro Marques de Brito

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

Rui Pinheiro Marques de Brito

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Rute Sofia Ribeiro Brites Lopes Dias

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

Rute Sofia Ribeiro Brites Lopes Dias

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Custódia do Sacramento Ferro Costa**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Custódia do Sacramento Ferro Costa

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 - Teresa Clara de Carvalho Pires Martins Neves Pinto**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Teresa Clara de Carvalho Pires Martins Neves Pinto

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

Instituto Superior de Novas Profissões

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 - Alberto José Lança de Sá e Melo****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Alberto José Lança de Sá e Melo***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Jorge Filipe de Albuquerque Matos de Almeida****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Jorge Filipe de Albuquerque Matos de Almeida***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 - José Alberto Oliveira Martelo Magalhães****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Alberto Oliveira Martelo Magalhães***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***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 (%):

50

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
Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias	Doutor	Marketing	50	Ficha submetida
Ana Isabel Inácio Gomes da Silva Lopes Vaz	Doutor	Geografia e Planeamento Regional e Urbano	100	Ficha submetida
António Paulo Luís Jorge	Licenciado	Gestão	100	Ficha submetida
Celma Selemene Padamo	Mestre	Comunicação Integrada	100	Ficha submetida
Dulce Maria Juncal Ferreira Mendes	Doutor	Gestão Estratégica	50	Ficha submetida
Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira	Doutor	Economia	50	Ficha submetida
Fernando Manuel Pereira Tristany	Doutor	Administração e Gestão de Marketing	50	Ficha submetida
Francisco Manuel da Encarnação Ferrão	Licenciado	Matemáticas Aplicadas	50	Ficha submetida
Francisco Antonino Lopes dos Santos	Mestre	Gestão de Empresas	50	Ficha submetida
Hugo Alexandre Miranda de Ataíde	Mestre	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
João Licínio Cabral da Silva	Mestre	Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
Joaquim Amândio da Conceição Caetano	Mestre	Comunicação	50	Ficha submetida
José António Dias	Mestre	Marketing	100	Ficha submetida
José Joaquim de Leão Pinto da Silva e Guerreiro	Doutor	Relações Internacionais	100	Ficha submetida
Maria Leonor Maciel dos Santos Almeida	Doutor	Psicologia	50	Ficha submetida
Mafalda Luísa de Almeida Serra Patuleia	Mestre	Sociologia	100	Ficha submetida
Manuel de Vilhena Veludo	Mestre	Gestão de Projectos - Engenharia	50	Ficha submetida
Miguel Nuno Vieira de Carvalho d'Abreu Varela	Doutor	Economia da Empresa/Marketing	100	Ficha submetida
Pedro Manuel Alves Trindade	Mestre	Comunicação Integrada	100	Ficha submetida
Rogélia Maria Vargues Rodrigues	Licenciado	Ciências Sociais e Humanas	100	Ficha submetida
Rui Pinheiro Marques de Brito	Mestre	Gestão - Marketing	50	Ficha submetida
Rute Sofia Ribeiro Brites Lopes Dias	Doutor	Psicologia	50	Ficha submetida
Custódia do Sacramento Ferro Costa	Doutor	Economia	100	Ficha submetida
Teresa Clara de Carvalho Pires Martins Neves Pinto	Licenciado	Ciências jurídicas	100	Ficha submetida
Alberto José Lança de Sá e Melo	Doutor	Direito	50	Ficha submetida
Jorge Filipe de Albuquerque Matos de Almeida	Doutor	Ciências da Computação e Estatística	100	Ficha submetida
José Alberto Oliveira Martelo Magalhães	Doutor	Gestão	50	Ficha submetida
			2050	

<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**

16

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

78

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

7

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)

34,1

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

7

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)

34,1

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

9

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)

43,9

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

3,5

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)

17,1

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

4,5

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)

22

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**

O pessoal docente é avaliado em função dos graus obtidos e da produção científica, bem como do seu desempenho pedagógico. Existe para o efeito um regulamento aprovado pelos órgãos da escola respeitante à avaliação de desempenho do pessoal docente. A obtenção dos respectivos graus académicos (mestrado e doutoramento), o número de publicações científicas, participação em projectos e conferências, intervenção na sociedade e artigos de opinião são os elementos fundamentais para a progressão na carreira docente, avaliados anualmente pelo Conselho Científico na atribuição das respectivas categorias. O desempenho pedagógico é avaliado pelos alunos através dos questionários aplicados todos os anos, bem como pelo Conselho Pedagógico.

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

The staff is evaluated on the basis of grades obtained and scientific production, as well as their teaching performance. Exists to the effect a regulation adopted by the organs of the school concerning the performance evaluation of individual teachers. The attainment of their degrees (masters and doctorate), the number of scientific publications, participation in projects and conferences, intervention in society and opinion are the key to career teachers, evaluated annually by the Scientific Council in the allocation of respective categories. The teaching performance is evaluated by students through questionnaires each year, as well as by the Pedagogical Council.

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

<http://docs.ensinus.pt/inp.zip>

4.2. Pessoal Não Docente

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

5 colaboradores, com vínculo efectivo à instituição

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

5 employees, effective link with the institution

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

Mestrados 1 licenciado + MBA em Gestão; 2 licenciados e 1 com 9º ano de escolaridade Lic de Gestão - 2 licenciados, 2 com 12º ano e 1 com o 9º ano de escolaridade.

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

A Masters degree + MBA in Management, two graduates and one with 9 th grade Lic Management - 2 licensees, with 12 second grade and one in the 9th grade.

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

O pessoal não docente é avaliado no seu desempenho anualmente, com vista à renovação de contrato ou progressão na carreira.

4.2.3. Procedures for assessing the non academic staff performance.

The non-teaching staff in their performance is evaluated annually for the renewal of contract or career.

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

A instituição promove com carácter obrigatório ou facultativo, consoante os casos, formação avançada ou contínua adaptada aos respectivos postos de trabalho, incentivando inclusive a obtenção de graus académicos formais, nomeadamente cursos de 1º ciclo, com o desenvolvimento de políticas de apoio financeiro aos interessados.
A título de exemplo identificam - se acções de formação na área comportamental, informática e de bibliotecnia, arquivo e documentação.

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

The institution promotes a mandatory or optional, depending on the circumstances, advanced training or further adapted to their jobs, encouraging even obtaining degrees formal, including courses in one cycle, with the development of policies of financial support to those interested.
For example identify - from training in the behavioral area, computer and bibliotecnia, archiving and documentation.

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	61.5
Feminino / Female	38.5

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

Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	1.2
20-23 anos / 20-23 years	16.6
24-27 anos / 24-27 years	19.2
28 e mais anos / 28 years and more	63

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
Centro / Centre	1.2
Lisboa / Lisbon	96.4
Alentejo / Alentejo	1.2
Algarve / Algarve	0
Ilhas / Islands	1.2

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	47.6
Secundário / Secondary	29
Básico 3 / Basic 3	23.4
Básico 2 / Basic 2	0
Básico 1 / Basic 1	0

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	42.3
Desempregados / Unemployed	29.6
Reformados / Retired	25.6
Outros / Others	2.5

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	31

2º ano curricular

31

3º ano curricular

16

78

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	60	40	60
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	3	19	27
N.º colocados / No. enrolled students	3	11	15
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	3	11	15
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	112	123	113
Nota média de entrada / Average entrance mark	128	128	138

5.2. Ambiente de Ensino/Aprendizagem

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

As medidas de apoio pedagógico e de aconselhamento aos estudantes têm por base a criação de valor para os estudantes e inserem-se no âmbito da política de implementação do ciclo de estudo. Neste sentido, a abordagem pedagógica é facultada de acordo com os objectivos do ciclo de estudo, materializadas em função da necessidade específica de cada unidade curricular. Deste modo, na sequência da aprovação do regulamento do Conselho Pedagógico da Escola, o horário dos docentes contempla 2,5h / semana de atendimento aos estudantes, que visa, para além de esclarecimento de dúvidas, acompanhar os estudantes nas actividades escolares, bem como o aconselhamento relativo ao seu percurso, nomeadamente os critérios pelos quais se pautas as suas opções. Esta função de aconselhamento dos professores encontra-se articulada com o Departamento Técnico-Científico de Economia e Gestão e demais estruturas pedagógicas, científicas e de direcção, conforme estipulado no regulamento supracitado.

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

Measures of educational support and student counseling are based on value creation for students and fall under the policy implementation cycle study. In this sense, teaching approach is provided in accordance with the objectives of the study cycle materialized due the specific needs of each course. Thus, following the approval of Regulation of Pedagogical School, the time of teachers includes 2.5 h / week service to students, which aims, in addition to answering questions, monitoring students school activities and the advice on its route, in particular criteria guidelines by which your options. This function of the advisory is hinged teachers with the Department of Scientific and Technical Economics and Management and other educational frameworks, scientific and direction, as stipulated in the Regulation.

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

A integração dos estudantes na comunidade académica do INP tem por objectivo, para além da sua inclusão no espaço físico da escola, a valorização das suas competências sociais. Neste sentido, a Direcção da Escola conta com o apoio das Associações de Estudantes e Antigos Alunos do INP, para a promoção de actividades que concretizem aqueles objectivos. A Associação de Estudantes do INP mantém as suas habituais iniciativas, de que se destacam: Semana da Recepção ao Caloiro, Feira de Emprego (Jobshop), Jornadas e Workshops. A continuidade das relações estabelecidas entre estudantes, docentes e funcionários da Escola é mantida, também, pela Associação dos Antigos Alunos. Em 2010, esta Associação manteve um contacto assíduo com os Antigos Alunos, promovendo simultaneamente a reintegração destes em actividades diversas da Escola.

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

The integration of students in the academic community of the INP aims, in addition to their inclusion in the school's physical space, the enhancement of their social skills. In this sense, the School Board has the support of Associations of Students and Alumni of the INP, to promote activities that will fulfill those objectives. The Alumni Association of INP maintain their usual initiatives, such as the following: Reception for Freshman Week,

Fair Employment (Jobshop) Conference and Workshops. The continuity of relations between students, faculty and staff of the School is also maintained by the Alumni Association. In 2010, the Association maintained a constant contact with the alumni, while promoting the reintegration of these various activities in the school.

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

O Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais do INP, no triénio 2008-2010, assinou protocolos de cooperação, que contemplam a possibilidade de estágios que podem ser profissionais e/ou remunerados, com diversas entidades públicas e privadas, das quais se destacam autarquias na Região de Lisboa e Vale do Tejo, Inframoura (Algarve), Holos (Tecnologias de Informação e Comunicação), Apple, etc. Por outro lado, o INP procura estimular o espírito empreendedor dos estudantes, estando em curso o lançamento de uma unidade curricular optativa (Empreendedorismo e Conhecimento), que conta com o envolvimento de docentes da Escola e convidados externos.

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

The Internships and Career Office of the INP in the 2008-2010 period and has signed cooperation protocols, which contemplate the possibility of stages that can be professional and / or paid, with several public and private key of which are municipalities in the Region Lisbon and Tagus Valley, Inframoura (Algarve), Holos (Information Technology and Communication), Apple, etc.. Moreover, the NPI seeks to stimulate the entrepreneurial spirit of students, are underway to launch an elective course (Entrepreneurship and Knowledge), which relies on the involvement of teachers in the school and invited guests.

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

Os resultados das avaliações realizadas em diversas acções têm por objectivo a análise do processo de ensino e aprendizagem e a detecção de pontos fortes e fracos, bem como oportunidades de melhoria. Estes traduzem medidas correctivas que devem potenciar a melhoria dos Ciclos de Estudos. Por outro lado, as oportunidades detectadas espelham o valor acrescentado para o INP e para a sociedade. Na continuidade destas acções, no que concerne à avaliação de unidades curriculares, encontra-se em curso a revisão dos questionários relativos às percepções dos estudantes e docentes sobre o funcionamento da Escola, unidades curriculares, desempenho dos docentes. Estes questionários são uma prática assídua do INP e são particularmente relevantes na adequação das solicitações do MCTES, como foram, a adequação ao Processo de Bolonha.

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

The results of the evaluations of several measures aimed at analyzing the process of teaching and learning and to detect strengths and weaknesses, and opportunities for improvement (implemented in sections 8 and 9 of this matter). These corrective measures that should translate to better leverage for the Study of Cycles. On the other hand, the opportunities identified reflect the added value for the INP and to society. In continuation of these actions, regarding the evaluation of units, is under ongoing review of the questionnaires on the perceptions of students and teachers on the operation of the school curriculum units, performance of teachers. These questionnaires are an assiduous practice of the INP and are particularly relevant to the appropriateness of requests MCTES, as were the adequacy of the Bologna Process.

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

No âmbito do programa Erasmus (mobilidade de estudantes e docentes) o INP tem acordos com várias Escolas no espaço europeu. Todos os cursos do INP estão integrados no sistema ECTS. No âmbito do aconselhamento prestado aos estudantes, considera-se, no que concerne a matéria de intercâmbio, que os estudantes procuram estes programas, no sentido de complementarem a sua formação através da realização de módulos específicos que reflectem, especificamente uma determinada área de investigação ou ensino, que contribui para a prossecução do seu percurso académico e/ou a aquisição de conhecimentos que se traduzam em maisvalias para a sua inserção no mercado de trabalho.

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

Within the Erasmus program (mobility of students and teachers) INP has agreements with several schools in Europe. All courses are integrated into the INP ECTS. Under the advice provided to students, it is considered, with respect to the exchange, students seeking these programs to complement their training by performing specific modules that reflect, specifically a particular area of research or education, which contributes to further his academic and / or acquisition of knowledge that will translate into gains for their integration into the labor market.

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.

Considerando genericamente os Artigo 5º., Capítulo II, do Decreto-Lei nº. 107/2008 de 25 de Junho, bem como os Descritores de Dublin para 1º. Ciclo, estão definidos como objectivos de aprendizagem para este ciclo de estudos:

- 1) Demonstrar uma aproximação crítica, ética e reflexiva na sua capacidade de recolher, seleccionar e interpretar informação relevante na área das relações públicas e da publicidade, bem como a integrar em contextos sociais, culturais, económicos e éticos;*
- 2) Avaliar criticamente, sintetizar e aplicar os conhecimentos adquiridos em contextos empresariais;*
- 3) Demonstrar competências analíticas, de síntese conceptual e metodológicas na aplicação das teorias e técnicas de gestão comercial e de vendas para produzir resultados rigorosos e válidos quer do ponto de vista de investigação aplicada, quer empresarial;*
- 4) Demonstrem competência na comunicação escrita e oral;*
- 5) Usar competências de reflexão convertendo-se em pessoas que aprendem por si próprias ao longo da vida e capazes de resolver problemas;*
- 6) Realizar uma contribuição através da resolução de problemas que amplie as fronteiras do conhecimento, assumindo-se como vectores de inovação no tecido empresarial e profissionais íntegros.*

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

Whereas generally the Article 5., Chapter II of Decree-Law no. 107/2008 of 25 June, as well as the Dublin Descriptors for 1. Cycle, are defined as learning objectives for this course of study:

- 1) Demonstrate a critical approach, ethical and reflective in their ability to collect, select and interpret relevant information in the field of public relations and advertising, as well as to integrate in social, cultural, economic and ethical issues;*
- 2) critically evaluate, synthesize and apply knowledge acquired in business contexts;*
- 3) Demonstrate analytical skills, conceptual and methodological synthesis in the application of theories and techniques of business management and sales to produce results accurate and valid from the point of view of applied research and corporate;*
- 4) Demonstrate competence in written and oral communication;*
- 5) Use skills of reflection turning into people who learn on their own lifelong learning and problem-solving;*
- 6) Make a contribution by solving problems that expand the frontiers of knowledge, assuming as vectors of innovation in the business and professional integrity.*

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

Tendo em consideração que os Princípios que o processo de Bolonha visa promover são os seguintes: comparabilidade, transparência e legibilidade dos sistemas de ensino superior e que os seus objectivos gerais são: o aumento da competitividade do sistema europeu de ensino superior e a promoção da mobilidade e empregabilidade dos diplomados do ensino superior no espaço europeu, então poderemos afirmar que este ciclo de estudos faz corresponder a sua estrutura curricular a esses princípios e objectivos porque:

- 1. Este ciclo de estudos integra o sistema ECTS ;*
- 2. Existe capacidade acrescida de realizar mobilidade de discentes e docentes já que a estrutura curricular apresentada foi alvo de comparação e adapção, entre outros factores, de apurado conhecimento de estruturas curriculares de ciclos de estudos análogos de outros países;*
- 3. É uma estrutura curricular que apresenta objectivos e competências que concretizam lógicas de formação de diplomados capazes de aprender de forma autónoma ao longo da vida, resolver problemas e aplicar conhecimentos em contextos empresariais.*

Atente-se ainda ao que o Relatório de Concretização do Processo de Bolonha 2010/2011 produzido pelo INP refere: “Devido ao equilibrado peso entre académicos de carreira e de docentes com experiência efectiva no mercado de trabalho (especialistas), é uma prioridade do INP, a inserção na vida activa dos nossos diplomados. A experiência de Bolonha visa igualmente a promoção do sucesso escolar, o que levou à redefinição do modelo de ensino e avaliação do INP, discutido e aprovado em Conselho Científico, após diversas comparações nacionais e internacionais. Este novo regime de avaliação, que acompanhou a reformulação dos cursos de 1º e 2º ciclos visou maximizar a participação dos estudantes nas aulas e o aumento do trabalho individual e de grupo fora das horas de contacto.”

Assim, são visíveis os Princípios de Bolonha quer quanto a objectivos e competências a adquirir, bem como quanto a metodologias pedagógicas e de avaliação neste ciclo de estudos.

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

Considering that the principles that the Bologna process aims to promote are: comparability, transparency and readability of higher education systems and that its overall objectives are: to increase the competitiveness of the European system of higher education and the promotion of mobility and employability of graduates of higher education in Europe, then we can say that this course of study matches your curriculum structure to these

principles and objectives because:

1. This course of study integrates the ECTS;

2. There is increased capacity to perform mobility of students and teachers as the curriculum structure presented was the target of comparison and adapção, among other factors, accurate knowledge of the curriculum structures of cycles of similar studies in other countries;

3. It is a curriculum structure that presents objectives and competencies that embody logical training of graduates able to learn independently throughout their lives, solve problems and apply knowledge in business contexts.

Attention is also what the report Implementation of the Bologna Process 2010/2011 produced by INP states:

"Due to the weight balance between academics and career teachers with practical experience in the labor market (experts), is a priority of the INP the integration into working life of our graduates. The experience of Bologna is also intended to promote school success, which led to the redefinition of the teaching model and evaluation of the INP, discussed and approved by the Scientific Council, after several national and international comparisons. This new system of assessment which accompanied the redesign of courses 1 and 2 cycles aimed to maximize the participation of students in class and increased individual and group work outside of contact hours."

Thus, the Principles are visible both in terms of the Bologna objectives and competencies to be acquired, as well as teaching methodologies and evaluation in this course.

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

A actualização científica e os métodos de trabalho das várias unidades curriculares é feita pelos docentes responsáveis e pelo Conselho Científico todos os anos. Quanto à revisão curricular do curso, procura-se a estabilidade da mesma em períodos mínimos de três anos (tempo necessário à obtenção do grau) e é revista após discussão em Conselho Pedagógico, Conselho Científico e Conselho Geral em períodos de três anos.

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

The updated scientific and working methods of the various courses is done by the teachers responsible and the Scientific Council every year. As for the curriculum revision of the course, looking to the same stability in periods of at least three years (time needed to obtain the degree) and is revised after discussion in the Council Educational, Scientific Council and the General Council in terms of three years.

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

Atendendo a que este ciclo de estudos está inserido numa lógica de ensino politécnico, "valoriza-se especialmente a formação que visa o exercício de uma actividade de carácter profissional, assegurando aos estudantes uma componente de aplicação de conhecimentos e saberes adquiridos às actividades concretas" de gestão comercial e de vendas (Artigo 8º, Capítulo II, do Decreto-Lei nº. 107/2008). No entanto, não se descarta as componentes de metodologias científicas, nomeadamente metodologias de investigação aplicada. A confluência destes dois fatores concretiza-se através de u.c. como "Metodologias de Investigação Científica" e "Práticas de Retalho, Empreendedorismo e Força de Vendas". Paralelamente os alunos produzem trabalhos com aplicação de metodologias científicas em diferentes u.c.. Ao nível de IV semestre os alunos são motivados para concorrerem a apresentação de comunicações em congressos, simpósios ou revistas científicas.

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

Given that this course of study is inserted in a logic of polytechnic education, "is valued especially the training which aims to pursue a professional nature, providing students with a component application of knowledge and understanding to concrete activities" of commercial management and sales (Article 8, Chapter II of Decree-Law no. 107/2008). However, not neglect the components of scientific methods, including methods of applied research. The confluence of these two factors is realized by uc as "Methodologies for Scientific Research" and "Retail Practices, Entrepreneurship, and Sales Force." Alongside the students produce work with the application of scientific methods in different cu. At the level of IV semester students are motivated to compete for presentation of papers at conferences, symposia or scientific journals.

6.2. Organização das Unidades Curriculares

6.2.1. Ficha das unidades curriculares

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):

José António Dias - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Objectivo 1: Apreender os fundamentos e as ferramentas para um conhecimento maior dos princípios do comportamento do consumidor.

Objectivo 2: Apreender os conceitos psicológicos básicos que influem no comportamento individual e como esses conceitos influenciam o comportamento do individuo em relação ao consumo

Objectivo 3: Apreender as dimensões sociais e culturais do comportamento do consumidor e como esses factores afectam as atitudes e comportamentos e como um conhecimento profundo dos conceitos sociais e comportamentais capacitam as empresas a alcançar os seus objectivos de marketing.

Objectivo 4: Apreender a importância da influência pessoal, a liderança de opinião e difusão de inovações e processo de tomada de decisão do consumidor

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Objective 1: To understand the fundamentals and the tools to a greater knowledge of the principles of consumer behavior.

Objective 2: To understand the basic psychological concepts that influence individual behavior and how these concepts influence the behavior of the individual in relation to consumption

Objective 3: To understand the social and cultural dimensions of consumer behavior and how these factors affect the attitudes and behaviors and how a deep understanding of social and behavioral concepts enable companies to achieve their marketing objectives.

Objective 4: To understand the importance of personal influence, opinion leadership and diffusion of innovations and decision-making process of the consumer

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- *Comportamento do consumidor: suas origens e aplicações estratégicas*
- *Pesquisa do consumidor*
- *Segmentação de mercado*
- *Motivação do consumidor*
- *Personalidade e comportamento do consumidor*
- *Percepção do consumidor*
- *Aprendizagem do consumidor*
- *Formação e mudança de atitude do consumidor*
- *Comunicação e comportamento do consumidor*
- *Grupos de referência e influências familiares*
- *Classe social e comportamento do consumidor*
- *Influência da cultura no comportamento do consumidor*
- *Liderança de opinião*
- *Processo de tomada de decisão do consumidor*

6.2.1.5. Syllabus:

- *Consumer behavior: its origins and strategic applications*
- *Consumer research*
- *Market segmentation*
- *Consumer Motivation*
- *Personality and consumer behavior*
- *Perception of the consumer*
- *Learning the Consumer*
- *Training and changing consumer attitudes*

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

- *Objectivo 1: Comportamento do consumidor: suas origens e aplicações estratégicas / Pesquisa do consumidor / Segmentação de mercado*
- *Objectivo 2: Motivação do consumidor / Personalidade e comportamento do consumidor / Percepção do*

consumidor / Aprendizagem do consumidor / Formação e mudança de atitude do consumidor / Comunicação e comportamento do consumidor

- Objectivo 3: Grupos de referência e influências familiares / Classe social e comportamento do consumidor / Influência da cultura no comportamento do consumidor

- Objectivo 4: Liderança de opinião / Processo de tomada de decisão do consumidor

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

- Objective 1: Consumer behavior: its origins and strategic applications / Consumer Research / Market Segmentation

- Objective 2: Consumer Motivation / Personality and consumer behavior / perception of the consumer / consumer Learning / Training and changing consumer attitude / communication and consumer behavior

- Objective 3: Reference groups and family influences / social class and consumer behavior / Influence of culture on consumer behavior

- Objective 4: Leadership of opinion / decision-making process of the consumer

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Três momentos de avaliação, constituídos por um teste escrito individual durante o semestre, um trabalho de aplicação prática e uma frequência final individual.

A classificação final da avaliação contínua será obtida pela média dos momentos de avaliação, sendo o teste escrito intercalar ponderado a 20%, o trabalho prático ponderado a 20% e a frequência final ponderado a 60%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Three stages of evaluation, consisting of an individual written test during the semester, a work of practical application and a final individual frequency.

The final continuous assessment will be averaged on the time of evaluation, and the written test weighted at 20% mid-term, practical work weighted at 20% and the final frequency weighted at 60%.

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

Cada conteúdo programático será ministrado através de componente expositiva que assegurará que os conceitos básicos serão apreendidos e igualmente através de trabalhos de grupo em sala, com estudos de caso, que permita uma concretização prática dos conceitos abordados.

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

Each curriculum will be taught using expository component will ensure that the basics are learned, and also through group work in class, with case studies, allowing a practical implementation of the concepts covered.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

SCHIFFMAN, Leon, KANUK, Laszlo (2006) Consumer Behavior; Hillsdale: Prentice-Hall International Editions.

DUBOIS, Bernard (1998) Compreender o Consumidor; Lisboa: D. Quixote

FILL, Chris (1999) Marketing Communications; London: Prentice-Hall Europe

BLACKWELL Roger, MINIARD Paul, ENGEL James (2005) Consumer Behavior, Thompson South-Western

SOLOMON, Michael, BAMOSSY, Gary, ASKEGAARD, Soren, HOGG, Maraget (2007) Consumer Behaviour: A European Perspective, Prentice Hall-Financial Times

Mapa IX - Comunicação Interpessoal

6.2.1.1. Unidade curricular:

Comunicação Interpessoal

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

Joaquim Amândio da Conceição Caetano - 3 horas

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

Rogélia Maria Vargues Rodrigues

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

Rogélia Maria Vargues Rodrigues

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

No final do semestre os alunos deverão estar aptos a:

- *Entender e aplicar os conceitos de Comunicação Interpessoal, diferenciando-os de outras técnicas/ferramentas; - - Identificar as diversas vertentes da Comunicação Interpessoal*
- *Compreender a Comunicação Interpessoal nas Sociedades Contemporâneas;*
- *Identificar e caracterizar as particularidades das variáveis/políticas da Comunicação Interpessoal, utilizando as aprendizagens supracitadas de forma eficiente e aplicada às várias disciplinas do curso superior de gestão comercial e vendas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the semester students should be able to:

- *Understand and apply the concepts of interpersonal communication, differentiating them from other techniques / tools; --- Identify the different strands of Interpersonal Communication*
- *Understanding Interpersonal Communication in Contemporary Society;*
- *Identify and characterize the particularities of the variables / policies of Interpersonal Communication, using the above learning efficiently and applied to various disciplines of the college of business management and sales.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

A Comunicação Empresarial

- *A Importância da Comunicação*

As Técnicas de Comunicação Global

- *O Mix de Comunicação integrado no Mix de Marketing*

A Comunicação Interpessoal

- *Os níveis de comunicação e a comunicação interpessoal*
- *A pragmática da comunicação humana*
- *Linguagem corporal*
- *Elementos de atenção e concentração*
- *Acolhimento e atendimento.*

Técnicas de Apresentação

- *Noções e Regras na Elaboração de Apresentações: A Cor, Tipos de Letra, Significado das Fontes, Layout / Conceção Gráfica*

Noções e Regras na Elaboração de Apresentações

- *Animação*
- *Importância dos Recursos Audiovisuais*
- *Conceitos Básicos Genéricos*
- *Como elaborar uma Apresentação*

Atitude, Postura e Comportamento

- *Falar em Público com Segurança e Desembaraço*
- *Utilize Apontamentos*
- *Dirigir o Olhar*
- *O aspeto pessoal*
- *Os Gestos*
- *A Voz*
- *Atenção ao Tempo – Controle-se*
- *Falar do que Não se Sabe”*
- *Usar roupa pouco própria*

Etapas da Comunicação

Aplicações Práticas

6.2.1.5. Syllabus:

The Business Communication

- *The Importance of Communication*

The Global Communication Techniques

- *The Integrated Communication Mix in the Marketing Mix*

The Interpersonal Communication

- *The levels of communication and interpersonal communication*
- *The pragmatics of human communication*
- *Body Language*
- *Elements of attention and concentration*
- *Reception and treatment.*

Presentation Techniques

- *Understanding on Rules and Preparation Presentation: Colour, Fonts, Meaning of sources, Layout / Graphics*
- Conceção**

Understanding on Rules and Presentation Preparation

- *Animation*
- *Importance of Audiovisual Aids*
- *Generic Fundamentals*
- *How to make a presentation*

Attitude, Attitude and Behavior

- *Public Speaking with Confidence and Clearance*
- *Use Notes*
- *Drive the Look*
- *The personal aspect*
- *The Gestures*
- *The Voice*
- *Attention to Time - Control yourself*
- *Do not Speak what you know "*
- *Use very little clothing*

Steps of Communication

Practical Applications

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

Nas aulas de Comunicação Interpessoal, serão utilizados métodos pedagógicos de desenvolvimento de competências individuais e em equipa, tal como de exposição oral e escrita. Considerando os seguintes:

Explicação

Debate

Observação e Pesquisa

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

Interpersonal Communication in class, teaching methods will be used to develop individual and team skills, such as oral and written. Whereas the following:

explanation

debate

Observation and Research

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os momentos de avaliação contínua foram considerados tendo em atenção que os mesmos, na sua generalidade fossem realizados durante as sessões, daí não existir um momento para a assiduidade.

Pretende-se que o discente adquira as competências essenciais ao seu bom desenvolvimento na disciplina junto do docente.

O objetivo final será o de o discente concluir que aprendeu e praticou com sucesso, sem cansaço, mas com muita motivação!

- Teste: 10 valores = 50%

- Trabalho de Grupo: 10 valores = 50%

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The moments of continuous assessment were considered bearing in mind that they, in general were made during the sessions, so there is no time for attendance.

It is intended that the students acquire the skills essential for normal development in the discipline from the teacher.

The ultimate goal will be to conclude that the students learned and practiced with success, without fatigue, but with a lot of motivation!

- Test: 10 points = 50%

- Group work: 10 points = 50%

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

Pretende-se uma visão da Comunicação Interpessoal num contexto empresarial, através da elaboração de projetos, em aulas práticas, com o apoio do docente. Neste módulo incentiva-se o contacto com o mercado real para a recolha de informação e posterior desenvolvimento de projeto global, visando os capítulos-chave da mesma e culminando num projeto que deve ser apresentado a uma entidade do mercado.

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

The aim is a vision of Interpersonal Communication in a business context, through the elaboration of projects, practical lessons, with the support of teachers. This module is encouraged to contact the real market for the collection of information and further development of the overall project, targeting the key chapters of the same and culminating in a project that must be submitted to a contracting market.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Bibliografia Obrigatória

• Fundamentos da Comunicação:

– Caetano, Joaquim; Marques, Humberto; Monteiro, Ana Cristina; Lourenço, João, (2006), Lisboa, Edições Sílabo.

– Gestão da Comunicação:

- Caetano, Joaquim. e Rasquilha, Luis., (2004), Lisboa, Coleção Gestão, Quimera Editores.

– Manual de Comunicação Empresarial:

- Caetano, Joaquim., Beirão Inácio e Rasquilha, Luis., (2008), Lisboa, Platano Editora

Bibliografia Indicativa

• Interpersonal Communication

– Fisher, B.A., Adams; , Katherine L. (1994), New York, McGraw-Hill

• Inteligência Social

– Goleman, D. (2006), Lisboa, Temas e Debates

• Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana

– Littlejohn, Stephen W. (1988), Rio de Janeiro, Nova Guanabara

– O que é a Inteligência Emocional

– Martin D. Boeck, K, (1997), Cascais, Pergaminho

• Mind, Self and Society

– Mead, George H. (1934), Chicago, University of Chicago Press

• Pragmática da Comunicação Humana

– Watzlawick, P., Beavin, J., Jackson, Don, S. Paulo, Cultrix

Mapa IX - Contabilidade Geral e Analítica

6.2.1.1. Unidade curricular:

Contabilidade Geral e Analítica

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

José Magalhães - 4,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Aplicação dos conhecimentos contabilísticos e fiscais em ambiente empresarial, com aplicação prática das áreas de contabilidade, fiscalidade e auditoria, e a sua articulação, praticando sempre uma formação baseada na responsabilidade social e ética nos negócios.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Application of knowledge in accounting and tax business environment, with practical application of the accounting, taxation and audit, and its articulation, always practicing a formation based on social responsibility and business ethics.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

A- Analise das Normas de Contabilidade.

- B- Estudo dos Princípios Contabilísticos.*
- C- Estudos das contas segundo os normativos do SNC.*
- D- Análise das Demonstrações Financeiras.*
- E- Regras de Movimentação de Contabilidade.*
- F- Análise de Peças Financeiras.*
- G- Implementação da Contabilidade Analítica.*
- H- Centros de Custo e Fases de Acabamento.*

6.2.1.5. Syllabus:

- A-Analysis of Accounting Standards.*
- B-Study of the Accounting Principles.*
- C-Studies of the accounts in accordance with the regulations of the CNS.*
- D-Analysis of Financial Statements.*
- Rules for Handling E-Accounting.*
- F-Part Financial Analysis.*
- G-Implementation of Cost Accounting.*
- H-Cost Centers and finishing phases.*

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

Os objectivos da unidade curricular, são de incrementar conhecimentos básicos de contabilidade e estudo de contas de activo, passivo e capital próprio, entendendo as suas formas de movimentação e de registo segundo as normas definidas em SNC, as normas internacionais de contabilidade e a sua articulação em matérias fiscais. A contabilidade analítica como ferramenta de gestão, pontos fortes e fracos, vantagens e desvantagens, bem como a sua forma de implementação, a criação de centros de custo e ferramentas de controlo interno.

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

The objectives of the course are to increase basic knowledge of accounting and study accounts of assets, liabilities and equity, understanding their ways of handling and recording according to standards set in the CNS, the international accounting standards and its articulation in tax matters. The cost accounting as a management tool, strengths and weaknesses, advantages and disadvantages, as well as its form of implementation, the creation of cost centers and internal control tools.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A avaliação proceder-se-á de acordo com os seguintes princípios (Nos Termos do Regulamento de Avaliação em vigor no INP), tendo a disciplina dois momentos escritos de avaliação em regime de frequência.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation will be undertaken in accordance with the following principles (In Terms of the Rules of Evaluation in force INP), and two times the discipline written evaluation under frequency.

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

Os objectivos são de articulação dos conceitos teóricos com as práticas empresariais, procurando através de exercícios e estudos de caso analisar a forma de implementação das matérias de estudo e a sua importância dentro das sociedades.

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

The objectives are to articulate the theoretical concepts with business practices, looking through exercises and case studies examine how to implement the courses of study and its importance within societies.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- IASB [International Accounting Standards Board] International Accounting Standards.*
- IASB [International Accounting Standards Board] International Financial Reporting Standards.*
- KIESO, Donald e WEYGANDT, Jerry (2006) Intermediate Accounting. 11.ª ed. EUA, Wiley.*
- OROC [Ordem dos Revisores Oficiais de Contas] (2005) Normas Internacionais de Relato Financeiro, Lisboa.*
- Borges, António, Elementos de Contabilidade Geral, (2010), 25ª Edição, Livraria Almedina.*
- Roberto, José Gonçalves, Sistema de Normalização Contabilística (SNC), (2010),*

Mapa IX - Direito Comercial**6.2.1.1. Unidade curricular:***Direito Comercial***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Alberto Sá e Mello - 4,5 horas***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Não há.***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Não há.***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Interessar os alunos pela temática do Direito Comercial e sua aplicabilidade futura***6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***Students interested in the topic of commercial law and its future applicability***6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***Noções de Direito, Interpretação e Aplicação da Lei, Fontes de Direito, Direito Comercial sua caracterização, Noções de Empresa, estabelecimento comercial, Obrigações dos Comerciantes, Comerciantes, Sociedades Comerciais, Tipos de sociedades, Características e Especificações de Cada tipo; Portecçãoda Empresa – Propriedade Industrial Marcas, Patentes Invenções e Dominações de Origem, Titulos de crédito; Comercio Electrónico, Concorrência – Regime Legal e Praticas abusivas no comércio, Contratação Comercial.***6.2.1.5. Syllabus:***Notions of Law, Interpretation and Application of Law, Sources of Law, Commercial Law characterization, Understanding Business, retail store, Bond Traders, Traders, Companies, Types of companies, features and specifications of each type; Portecçãoda Company - Property industrial Trademarks, Patents and Inventions Dominions of Origin, securities credit, Electronic Commerce, Competition - legal Framework and Practices in unfair trade, Commercial Contracts.***6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.***Os alunos mostraram apetência e interesse na aprendizagem das temáticas, bem como reconheceram o interesse na sua vida profissional***6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.***Students showed appetite and interest in learning the issues and recognized the interest in your professional life***6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Serão realizados três momentos de avaliação – 1ª frequência, 1 Trabalho individual e 2ª frequência***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***Will be performed three times of assessment - 1st rate, an individual work and 2nd frequency***6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***Pelos resultados demonstrados os alunos tiveram uma aprovação positiva, tendo a média de nota sido de 11,7 o que equivale a uma taxa aproximada de 75% de aproveitamento.***6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.***The results demonstrated the students had adopted a positive note with the average being 11.7 which equates to a rate of approximately 75% yield.*

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Diversas colectâneas de Direito Comercial – Miguel Pupo Correia, Manuel Pita e Oliveira Ascensão*
- *Serão facultados sumários desenvolvidos das aulas teóricas e práticas, bem com divulgação dos slides*

Mapa IX - Direito dos Contratos**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Direito dos Contratos

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

Teresa Clara de Carvalho Pires Martins Neves Pinto - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Torna-se fundamental para a compreensão global da unidade curricular, dotar os alunos de conhecimentos básicos de introdução ao estudo do direito, para que adquiram as aptidões necessárias para a compreensão da matéria jurídica que, em particular, se lhes propõe ensinar.

Especificamente, os alunos deverão ser capazes, no final da unidade curricular, porque dotados da necessária competência, de reconhecer as relações sinalagmáticas geradoras de direitos e obrigações para os intervenientes dos negócios jurídicos bilaterais ou multilaterais – os contratos nos seus variados tipos e sub espécies. Tal reconhecimento por via da competência adquirida, permitir-lhes-á aplicar correctamente o Direito e em particular o Direito dos Contratos nas organizações que em termos profissionais estejam ou venham a estar inseridos.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

It is fundamental to the overall understanding of the course, provide students with basic knowledge of introduction to the study of law, to acquire the skills necessary for the understanding of legal matters, in particular, proposes to teach to them.

Specifically, students should be able, at the end of the course, because equipped with the necessary competence, recognize relationships sinalagmáticas generate rights and obligations of the parties to bilateral or multilateral legal transactions - contracts with its various types and sub species. This recognition of competence acquired through, allowing them to correctly apply the law and in particular the Law of Contracts in organizations in professional terms are or will be inserted.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Capítulo I – O conceito do contrato na ciência e na lei

1. O contrato como espécie de facto jurídico

2. Factos e actos jurídicos

3. Actos jurídicos lícitos e ilícitos

Capítulo II – Extensão moderna dos contratos

1. Contratos obrigacionais

2. Contratos reais

Capítulo III – Elementos do contrato: formação

1. Vontade das partes

2. Ausência da vontade

Capítulo IV – Elementos do contrato: conteúdo

1. Elementos essenciais, naturais e acidentais

2. Condição

Capítulo V – Elementos do contrato: Causa

1. Causa objectiva e subjectiva

2. Negócios jurídicos causais e abstractos

Capítulo VI – Cláusulas contratuais gerais

1. Conceito e âmbito

2. Dever de informação

Capítulo VII – Alteração das circunstâncias

- 1. Definição e consequências
- Capítulo VIII – Inexistência, invalidade e ineficácia do contrato
- 1. Inexistência do contrato
- 2. Invalidade do contrato
- Capítulo IX – Requisitos gerais de validade dos contratos
- 1. Capacidade
- 2. Legitimidade
- Capítulo X – A representação no contrato
- 1. Noções gerais

6.2.1.5. Syllabus:

- Chapter I - The concept of contract law in science and
 - 1. The contract as a kind of legal fact
 - 2. Facts and legal acts
 - 3. Lawful and unlawful acts
- Chapter II - Extension of modern contracts
 - 1. obligatory contracts
 - 2. actual contracts
- Chapter III - Elements of the contract: training
 - 1. Will the parties
 - 2. Lack of will
- Chapter IV - Elements of the contract content
 - 1. Essential elements, natural and accidental
 - 2. condition
- Chapter V - Elements of the contract: Causes
 - 1. Cause objective and subjective
 - 2. Business legal and abstract causal
- Chapter VI - general contractual clauses
 - 1. Concept and scope
 - 2. Duty of information
- Chapter VII - Change of circumstances
 - 1. Definition and consequences
- Chapter VIII - No, invalidity and ineffectiveness of the contract
 - 1. None of the contract
 - 2. Nullity of
- Chapter IX - General requirements for the validity of contracts
 - 1. capacity
 - 2. legitimacy
- Chapter X - The representation in the contract
 - 1. Getting Acquainted

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

Os conteúdos desta unidade curricular privilegiam numa primeira abordagem os conceitos designados pela investigação científica.

Os conteúdos são abordados numa dinâmica baseada na consulta, interpretação e análise de leis e de jurisprudência, sempre com suporte doutrinal que abordem as mais diversas temáticas metodologias na área das ciências jurídicas em geral e em particular do Direito dos Contratos.

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

The contents of this course focus on the first approach the concepts designated by scientific research.

The contents are discussed based on a dynamic query, analysis and interpretation of laws and jurisprudence, doctrine has always supported that address the diverse issues in the methodology of legal sciences in general and in particular the Law of Contracts.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Avaliação distribuída com resolução em grupo de casos práticos, um teste escrito individual intercalar e uma frequência.

Esta metodologia de avaliação está subordinada ao Regulamento Geral de Avaliação do INP em vigor. Sendo que no caso particular desta unidade curricular, a avaliação contínua dos conhecimentos consistirá na realização em grupo e apresentação escrita de quatro casos práticos e dois testes individuais. Os alunos obterão aprovação desde que obtenham resultado final ponderado de 10 valores.

Os casos práticos serão elaborados em grupo não composto por número inferior a 2 nem superior a 4 alunos. Todos os alunos têm de apresentar 3 casos práticos. A não inclusão em nenhum grupo, preclui com a

obtenção da frequência. Da avaliação de cada caso prático apresentado, será contabilizada uma média e da média obtida com o resultado dos casos práticos, resultará a classificação.

Os testes terão a seguinte ponderação: 1º teste: 30%; frequência: 40%; Casos práticos: 30%

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Distributed evaluation group with a resolution of practical cases, an individual written test and an intermediate frequency.

This evaluation methodology is subject to the General Regulations Assessment of the INP in force. Being in the particular case of this course, the continuous assessment of knowledge consists in performing group and written presentation of four case studies and two individual tests. Students will gain approval provided they obtain the final result of 10 weighted values.

The case studies will be elaborated in a group composed of not fewer than two nor more than four students. All students must present three case studies. The inclusion in any groups, to preclude obtaining frequency. The evaluation of each case study presented, will be accounted for an average and the average obtained with the result of practical cases, the classification result.

Tests will be weighted as follows: 1st test: 30%, frequency: 40%; Case studies: 30%

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

Privilegiar-se-ão as metodologias interactivas, envolvendo os discentes no processo de ensino aprendizagem, centrado na procura, no estudo e na análise qualitativa e quantitativa das matérias jurídicas por via da aplicação do Direito ao caso concreto quer pela via jurisprudencial quer na formulação de hipóteses e casos práticos, construindo o Direito e em particular o Direito Civil naquilo que intrinsecamente o caracteriza na vertente contratual – o princípio da autonomia da vontade – tudo isto, assume-se como garante da consecução dos objectivos da unidade curricular, permitindo estabelecer a ponte entre os aspectos teóricos e a prática da investigação científica.

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

Emphasis will be interactive methodologies, involving students in teaching and learning process, driven by demand, the study and the qualitative and quantitative analysis of legal matters through the application of law to the case either through case law or in the formulation of hypotheses and case studies, building law and civil law in particular what intrinsically characterizes the contractual aspect - the principle of freedom of choice - all this, it is assumed as a guarantee of achieving the objectives of the course, establishing a bridge between the theory and practice of scientific research.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Bibliografia principal

Inocêncio Galvão Telles; Manual dos contratos em geral, Coimbra Editora, 4ª edição, 2002

J. Baptista Machado, Introdução ao direito e ao discurso legitimador, Almedina, Coimbra, 14.ª reimpressão, 2004.

J. Ribeiro de Faria, Direito das Obrigações, Vol. I, Almedina, Coimbra, 2003 (reimpressão).

Mapa IX - Distribuição e Logística

6.2.1.1. Unidade curricular:

Distribuição e Logística

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

Rui Pinheiro marques de Brito - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Esta disciplina visa proporcionar uma perspectiva de gestão da distribuição e da logística, como componentes da estratégia de marketing empresarial. Esta gestão inserese numa harmonização dos objectivos, das capacidades e dos recursos da empresa, com as necessidades e as oportunidades do mercado.

O objectivo global desta disciplina é ajudar o aluno a desenvolver competências no uso sistemático e criativo dos métodos e estratégias relacionadas.

Deste modo, os alunos conseguirão:

- *Obter um conhecimento útil da gestão da distribuição e da logística;*
- *Aplicar os conhecimentos a situações concretas, dum modo eficaz e eficiente.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This course aims to provide a management perspective of the distribution and logistics, as components of business marketing strategy. This management it belongs a harmonization of the objectives, capacities and resources of the company, needs and market opportunities.

The overall objective of this course is to help students develop skills in using systematic and creative methods and strategies related.

Thus, the student able to:

- *Get a useful knowledge of distribution management and logistics;*
- *Apply knowledge to specific situations, an effective and efficient.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**1 – CANAIS****1.1 – Introdução****1.2 – Segmentação****1.3 – Membros****1.4 – Níveis****1.5 – Gestão de conflitos****2 – ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO****2.1 – Estrutura****2.2 – Intensidade****2.3 – Alianças estratégicas****2.4 – Integração****3 – RETALHO****3.1 – Introdução****3.2 – Selecção do mercado e análise da localização****3.3 – Gestão operacional****4 – APROVISIONAMENTO****4.1 – Introdução****4.2 – Variáveis-chave****4.3 – Negociação****4.4 – Controlo****5 – ARMAZENAGEM****5.1 – Introdução****5.2 – Sistemas de armazenagem e equipamento de movimentação****5.3 – Serviço ao cliente****5.4 – Externalização****6 – TRANSPORTES****6.1 – Introdução****6.2 – Modos****6.3 – Método de selecção****6.4 – Programação de rotas****6.5 – Externalização****6.2.1.5. Syllabus:****1 - CHANNELS****1.1 - Introduction****1.2 - Segmentation****1.3 - Members****1.4 - Levels****1.5 - Conflict management****2 - DISTRIBUTION STRATEGIES****2.1 - Structure**

- 2.2 - Intensity
- 2.3 - Strategic Alliances
- 2.4 - Integration
- 3 - RETAIL
- 3.1 - Introduction
- 3.2 - Selection and analysis of market location
- 3.3 - Operational management
- 4 - PROCUREMENT
- 4.1 - Introduction
- 4.2 - Key Variables
- 4.3 - Negotiation
- 4.4 - Control
- 5 - STORAGE
- 5.1 - Introduction
- 5.2 - Systems for storage and handling equipment
- 5.3 - Customer Service
- 5.4 - Outsourcing
- 6 - TRANSPORT
- 6.1 - Introduction
- 6.2 - Modes
- 6.3 - Method of selection
- 6.4 - Schedule of routes
- 6.5 - Outsourcing

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

No final do semestre, os alunos deverão ser capazes de:

- *Obter um conhecimento útil da gestão da distribuição e da logística - para que este conhecimento seja bem consolidado, os alunos deverão entender as estratégias de distribuição, o aprovisionamento, a armazenagem e os transportes.*
- *Aplicar os conhecimentos a situações concretas, dum modo eficaz e eficiente.*

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

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

- *Get a useful knowledge of distribution management and logistics - so that this knowledge is well established, students should understand the strategies of distribution, supply, storage and transport.*
- *Apply knowledge to specific situations, an effective and efficient.*

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O método utilizado é expositivo, complementada com a participação efectiva dos alunos e com casos de estudo.

Avaliação:

- *Elaboração e apresentação dum trabalho de campo, em grupos de até três elementos (30 % elaboração + 20 % apresentação);*
- *Resolução de prova individual, em sala e sem consulta: 50 %*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The lecture method is supplemented with the effective participation students and case studies.

Rating:

- *Preparation and submission of a field work in groups of up to three elements (30% + 20% presentation preparation);*
- *Resolution of individual event in the classroom and without consultation: 50%*

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

No decorrer do semestre os alunos irão ser avaliados e essa avaliação irá incidir sobre os objectivos de aprendizagem, nomeadamente avaliar as competências no uso sistemático e criativo dos métodos e estratégias relacionadas, irão ser avaliados na área da gestão da distribuição e da logística e na aplicação os conhecimentos a situações concretas, dum modo eficaz e eficiente.

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

During the semester students will be evaluated and this evaluation will focus on learning objectives, nomeadamente assess the skills and the systematic use of creative methods and strategies related, will be

evaluated in the field of distribution management and logistics and implementation knowledge to concrete situations, an efficient and effective way.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Base:

- COUGHLAN, Anne T., ANDERSON, Erin; STERN, Louis W.; EL-ANSARY, Adel I. (2006); *Marketing Channels* (7th. ed.); Pearson Education, New Jersey
- ROSSEAU, José A. (2008); *Manual de Distribuição; Princípios, Parede*
- NOVAES, António Galvão (2001); *Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição* (4ª. tiragem); Editora Campus, Rio de Janeiro
- BAILY, Peter, FARMER, David, CROCKER, Barry, JESSOP, David, (2008); *Procurement Principles and Management* (10th. ed.); Pearson Education, Essex
- LUSH, Robert F. CARVER, James R., DUNNE, Patrick M., (2011); *Introduction to Retailing* (7th ed.); South-Western, Ohio

Complementar:

- ROSSEAU, José A. (2001); *Dicionário de Distribuição; AJE – Sociedade Editorial, Lisboa*
- SOUSA, J. Meireles de (2000); *Distribuição – Uma Visão Estratégica* (2ª. ed.), Texto Editora, Cacém
- CARVALHO, J. M. Crespo de, CUNHA, Susana M. da (1998); *Marcas do Distribuidor em Portugal – Manual e Estudo Prático; AJE – Sociedade Editorial, Lisboa*

Mapa IX - Economia

6.2.1.1. Unidade curricular:

Economia

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

Custódia Sacramento Ferro Costa - 1,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

No final da UC os alunos devem:

- *Compreender os conceitos e princípios básicos da Economia*
- *Saber aplicar os conceitos, princípios e instrumentos básicos inerentes à análise microeconómica*
- *Compreender os conceitos e técnicas elementares fundamentais da macroeconomia*
- Conhecer o papel do Estado e do Banco Central na economia*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of UC students must:

- *Understand the basic concepts and principles of economics*
- *To apply the concepts, principles and basic tools inherent in the microeconomic analysis*
- *Understand the fundamental concepts and basic techniques of macroeconomics*
- Knowing the role of the State and the Central Bank in the economy*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Parte I – Introdução

A ciência económica:

- *Objecto de estudo*
- *Conceitos operatórios*
- *Microeconomia e Macroeconomia*

Parte II – Microeconomia

1. O Mecanismo de Mercado

2. Concorrência perfeita. Estudo da procura e oferta em concorrência perfeita

3. Outras estruturas de mercado para além da concorrência perfeita: monopólio, oligopólio, etc.

4. Os indivíduos e os mercados

4.1. O Produtor: oferta e comportamento do produtor

4.2. O Consumidor: procura e comportamento do consumidor.

Parte III – Macroeconomia

1. Circuito económico

2. A utilização da produção de bens e serviços. Despesa interna

2.1. Consumo privado, poupança das famílias e investimento

2.2. O Estado e as finanças públicas

2.3. Comércio externo e Balança de Pagamentos

3. Conceitos e outras medições da actividade económica

6.2.1.5. Syllabus:

Part I - Introduction

The economics:

- Purpose of study
- Concepts operative
- Microeconomics and Macroeconomics

Part II - Microeconomics

1. The Market Mechanism

2. Perfect competition. Study of supply and demand in perfect competition

3. Other market structures other than perfect competition, monopoly, oligopoly, etc..

4. Individuals and markets

4.1. Producer: supply and producer behavior

4.2. The Consumer: demand and consumer behavior.

Part III - Macroeconomics

1. economic circuit

2. The use of production of goods and services. domestic expenditure

2.1. Private consumption, household saving and investment

2.2. The state and public finances

2.3. Foreign trade and Balance of Payments

3. Concepts and other measures of economic activity

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

Os conteúdos programáticos foram definidos de molde não só a se poder responder de forma activa aos objectivos estipulados mas também a estar coerente com o plano de estudos em vigor na Instituição e no Curso.

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

The course contents have been defined not only in order to be able to respond proactively to the objectives stipulated but also to be consistent with the study plan in place in the institution and the course.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A avaliação será realizada com base nos seguintes três elementos e ponderações:

- Trabalho de grupo (máximo permitido: 4 pessoas) 30%
- Frequência 40%
- Trabalho individual e participação nas aulas 30%

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation will be based on three elements and weightings:

- Working group (maximum allowed: 4 people) 30%
- Rate 40%
- Individual and class participation 30%

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

As aulas serão ministradas de forma a garantir não só o devido domínio dos conceitos teóricos, mas também a sua utilização prática. Desta forma, as aulas serão ministradas a partir de aulas teóricas e aulas teórico-práticas com a participação dos alunos.

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

Classes will be taught to ensure not only because the field of theoretical concepts, but also their practical use. Thus, the classes will be taught from lectures and practical classes with the participation of students.

6.2.1.9. Bibliografia principal:*Bibliografia Principal:*

- NEVES, João César das Neves - *Introdução à Economia*. 8ª ed. Lisboa: Editorial Verbo, 2007
- AMARAL, João Ferreira [et. al.] - *Introdução à Macroeconomia*. 2ª ed. Lisboa: Escolar Editora, 2007
- MURTEIRA, Mário - *A Economia em 24 Lições*. 4ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 2002
- SAMUELSON, Paul – *Economia*. 11ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1981

Bibliografia Secundária:

- MATEUS, Abel - *Microeconomia Teoria e Aplicações*. Vol.I e II, Lisboa: Editorial Verbo, 2001
- SMITH, Adam - *Inquérito sobre a Natureza e Causas da Riqueza das Nações*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1981
- SAMUELSON, Paul; NORDHAUS, William D. – *Macroeconomics*. 19th ed. New York: McGraw-Hill, 2010
- SAMUELSON, Paul; NORDHAUS, William D. – *Microeconomics*. 19th ed. New York: McGraw-Hill, 2010
- DORNBUSH, Rudiger; FISHER, Stanley; STARTZ, Richard - *Macroeconomics*. 10th ed. New York: McGraw-Hill, 2008

Mapa IX - E-Marketing e Comércio Electrónico**6.2.1.1. Unidade curricular:***E-Marketing e Comércio Electrónico***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Francisco Manuel da Encarnação Ferrão - 3 horas***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Não há.***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Não há.***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- Conhecer o contexto actual do Comércio Electrónico e do E-Marketing;
- Aprofundar o conhecimento relativo aos modelos de comércio electrónico e quais são as consequências para as empresas que querem participar neste novo canal de relacionamento com os clientes e em particular no que se refere ao negócio móvel;
- Ser capaz de elaborar um plano de negócio para a implementação do comércio electrónico;
- Adquirir competências para o desenvolvimento de uma estratégia de E-Marketing;
- Compreender como utilizar os social media para comunicar com os clientes.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- Know the current context of electronic commerce and E-Marketing;
- In depth knowledge concerning e-business models and what are the consequences for companies that want to participate in this new communication channel with customers and in particular with regard to the mobile business;
- Be able to prepare a business plan for the implementation of electronic commerce;
- Acquire skills to develop a strategy for e-marketing;
- Understand how to use social media to communicate with customers.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- Comércio Electrónico – caracterização, evolução histórica e situação actual
- E-Business (o Negócio Electrónico) – impacto organizacional, a economia em rede
- Modelos de Negócio Electrónico principais e no contexto da Web 2.0
- A Reengenharia E-Business dos Processos de Negócio – a automatização do back-office
- E-Business Plan – o Plano de Negócios do E-Business
- M-Business (o Negócio Móvel) – caracterização, aplicações principais, a mobilidade
- E-Marketing – o novo paradigma
- Estratégias de E-Marketing – ferramentas e aplicações
- O E-Mail Marketing – características principais, estratégias e implementação
- O Social Media Marketing – importância actual e ferramentas principais

6.2.1.5. Syllabus:

- *Electronic Commerce - characterization, historical development and current situation*
- *E-Business (the Electronic Business) - organizational impact, the network economy*
- *Business Models and E major in the context of Web 2.0*
- *The E-Business Reengineering Business Processes - the automation of back-office*
- *E-Business Plan - Business Plan E-Business*
- *M-Business (the Mobile Business) - characterization, major applications, mobility*
- *E-Marketing - the new paradigm*
- *E-Marketing Strategies - tools and applications*
- *E-Mail Marketing - key features, strategies and implementation*
- *The Social Media Marketing - current importance and main tools*

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

Os conteúdos programáticos acompanham os objectivos de aprendizagem numa perspectiva teórico-prática com a apresentação e discussão de casos práticos. Esta coerência é reforçada com a avaliação em grupo na medida em que foi pedido aos estudantes para apresentarem um projecto de criação de uma empresa na internet.

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

The accompanying syllabus learning objectives in a theoretical-practical with the presentation and discussion of case studies. This coherence is reinforced by the assessment group to the extent that students were asked to submit a proposal to establish a business on the internet.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de avaliação baseia-se por um lado numa perspectiva de análise dos conhecimentos individuais dos estudantes e por outro na capacidade dos estudantes trabalharem em grupo, num projecto motivador da sua criatividade e simultaneamente da aplicação dos conhecimentos adquiridos.

- *Um momento de avaliação individual inicial - Matéria : Comércio Electrónico*
- *Um momento de avaliação em grupo com um trabalho a realizar baseado num guião fornecido pelo Professor*
- *Um momento de avaliação individual final - Matéria : E-Marketing*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation methodology is based on the one hand perspective of analysis of individual students' knowledge and the ability of other students work in groups, a project of motivating their creativity and simultaneously applying the knowledge acquired.

- *A moment of initial individual assessment - Feature: Electronic Commerce*
- *A moment of assessment in a group with a job to do based on a script provided by Professor*
- *A moment of individual assessment final - Feature: E-Marketing*

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

A metodologia de ensino foi essencialmente teórico-prática com apresentação dos conceitos base destas matérias e discussão com os estudantes de casos práticos que são apresentados pelo Professor. Estes casos práticos têm a ver com exemplos da própria internet com visitas, em tempo real, a sítios escolhidos pelo Professor e que são ilustrativos dos conceitos apresentados.

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

The teaching methodology was essentially theoretical and practical presentation of concepts based thereon and discussion with students of practical cases that are presented by Professor. These cases have to do with practical examples of the Internet itself to visitors in real time, the sites chosen by the teacher and are illustrative of the concepts presented.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Francisco Ferrão (2004) E-Empresa, Escolar Editora*
- *Laudon, Kenneth C. & Jane P. (2007) Managing the Digital Firm (Tenth Edition), Pearson Prentice & Hall*
- *Turban e outros (2010) Electronic Commerce 2010 A Managerial Perspective, Pearson Prentice & Hall*
- *Chaffey, Dave (2009) E-Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation and Practice, Pearson Prentice Hall*
- *Documentação fornecida pelo Professor*

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):***Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira - 3 horas***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Não há.***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Não há.***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***No final do semestre é suposto que o aluno:*

- *Compreenda a importância dos Estudos de Mercado no âmbito dos estudos e análises de Marketing, Turismo, Publicidade e Relações Públicas;*
 - *Domine o conhecimento e a utilização das técnicas inerentes aos Estudos de Mercado enquanto instrumento de recolha, tratamento e apresentação da informação;*
 - *Elabore relatórios com recurso aos principais conceitos;*
- Proporcione a utilização dos Estudos de Mercado como instrumento de apoio aos processos de tomada de decisão nas organizações.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:*At the end of the semester the student is supposed to:*

- *Understand the importance of Market Research in the context of studies and analyzes of Marketing, Tourism, Advertising and Public Relations;*
 - *Master the use of knowledge and techniques inherent in Market Research as a tool for collecting, processing and presentation of information;*
 - *Develop reports using the main concepts;*
- Provide the use of Market Research as a tool to support decision-making processes in organizations.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:*Programa Sintético:*

- 1. A informação e a decisão*
 - 2. As fontes de dados – o SIM*
 - 3. Estudos de Mercado – tipos e processos*
 - 4. O design do estudo de mercado*
 - 5. A implementação do estudo de mercado*
 - 6. Amostragem*
 - 7. A dimensão da amostra*
 - 8. Definição de métodos: questionário e entrevista*
 - 9. A recolha dos dados*
 - 10. Software de apoio*
 - 11. Análise e interpretação de dados*
 - 12. Preparação e elaboração de relatórios*
- Aplicações de estudos de mercado a situações turísticas*

6.2.1.5. Syllabus:*Synthetic Programme:*

- 1. The information and the decision*
 - 2. The sources of data - YES*
 - 3. Market Studies - types and processes*
 - 4. The design of the market study*
 - 5. The implementation of market research*
 - 6. sampling*
 - 7. The sample size*
 - 8. Definition of methods: questionnaires and interviews*
 - 9. The data collection*
 - 10. Software support*
 - 11. Analysis and interpretation of data*
 - 12. Preparation and reporting*
- Applications market research situations tourist*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.*Tendo em atenção que se pretende garantir o domínio prático de técnicas específicas, pretende-se que no final*

do semestre o aluno perceba os conteúdos programáticos abordados em aula, procedendo à elaboração dos case study, com o objectivo de verificar a consolidação da matéria.

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

Having in mind that if you want to ensure the practical domain of specific techniques, it is intended that the end of the semester the student realize the syllabus covered in class, doing the preparation of case study with the aim of verifying the consolidation of the matter.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Esta unidade curricular será avaliada através de 3 momentos de avaliação: dois case study em grupo e uma frequência.

A ponderação será a seguinte:

2 Case study – 45%

Frequência – 55%

O case study poderá dar origem à construção de sub-casos mais pequenos.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

This unit will be assessed through three stages of evaluation: two case study in a group and frequency.

The weighting is as follows:

Case study 2 - 45%

Frequency - 55%

The case study could lead to the construction of smaller sub-cases.

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

Tendo em atenção que se pretende garantir o domínio prático de técnicas específicas, a avaliação naturalmente que foi pensada no sentido de dar aos alunos casos reais de forma a que eles possam não só apreender os conceitos, mas também ficar na posse de técnicas que irão certamente utilizar no mercado de trabalho em diversas situações profissionais.

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

Having in mind that if you want to ensure the practical domain of specific techniques, evaluation of course that was designed in order to give students real cases so that they can not only grasp the concepts, but also be in possession of techniques that will surely use in the labor market in different professional situations.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- AAKER, David (1980), *Marketing Research*, Ed. Wiley Series.
- Apontamentos do docente.
- MALHOTRA, Naresh & Birks, David (2006), *Marketing Research: an Applied Approach*, Prentice-Hall, New York.
- REIS, Elisabeth e MOREIRA, Raul, (1994), *Pesquisa de Mercados*, Ed. Sílabo.
- SAMARA, Beatriz e BARROS, José, (1994), *Pesquisa de Marketing*, Ed. Makron Books.
- SARMENTO, Eduardo Moraes (1996), *Estatística Descritiva*, Ed. IPAM.
- SPIEGEL, Murray, (1994), *Estatística*, Ed. McGraw Hill.

Mapa IX - Fundamentos de Gestão

6.2.1.1. Unidade curricular:

Fundamentos de Gestão

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

Dulce Maria Juncal Ferreira Mendes - 1,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Proporcionar:

- a. uma visão global das Empresas e do seu funcionamento;*
- b. uma compreensão do atual contexto competitivo e do processo de criação de valor;*
- c. uma introdução aos principais fundamentos teóricos da Gestão, acompanhada da respetiva exemplificação prática;*
- d. uma visão das diferentes Funções da Gestão, evidenciando a sua contribuição para a criação de valor e construção de vantagens competitivas sustentáveis.*

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

- a. an overview of the Enterprise and its operation;*
- b. an understanding of the current competitive environment and the process of value creation;*
- c. an introduction to major theoretical foundations of management, together with the relevant technical exemplification practice;*
- d. an overview of the different functions of management, emphasizing its contribution to creating value and building sustainable competitive advantages.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Os Conceitos Gerais de Gestão*
- 2. A Evolução do Pensamento em Gestão*
- 3. O Contexto Competitivo, as Ideias e as Oportunidades de Negócio*
- 4. As Funções da Gestão*
 - 4.1. Planeamento*
 - 4.2. Organização*
 - 4.3. Direção*
 - 4.4. Controlo*
- 5. As principais Tendências da Gestão*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. The General Management Concepts*
- 2. The Evolution of Management Thought*
- 3. The Competitive Context, Ideas and Business Opportunities*
- 4. Functions of Management*
 - 4.1. planning*
 - 4.2. organization*
 - 4.3. direction*
 - 4.4. control*
- 5. Major Trends in Management*

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

O programa está construído com uma estrutura e um encadeamento lógico que permitem atingir os objetivos definidos para a u.c.

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

The program is built with a structure and a logical sequence for reaching the goals set for the course

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- 1 prova escrita intermédia (individual) – 25%*
- 1 trabalho de Grupo, seguido de Apresentação e Debate – 25%*
- 1 prova escrita final (individual) – 50%*

A classificação final da u.c. é o resultado da média aritmética dos 3 momentos de avaliação, sendo obrigatório ter, pelo menos, uma nota positiva nas provas escritas individuais.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

- A written test between (individual) - 25%*
- Working Group 1, followed by Presentation and Discussion - 25%*
- A final written test (individual) - 50%*

The final classification of u.c. is the arithmetical average of the three evaluation moments, and must have at least one positive note in the individual written tests.

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

A articulação dos conteúdos programáticos com as metodologias de avaliação, sendo estas repartidas em vários momentos, permite fazer uma avaliação dos discentes de forma faseada e encadeada.

Os momentos de avaliação individual permitem avaliar cada um dos discentes em termos da sua compreensão dos vários assuntos do programa.

Complementarmente, o trabalho de grupo visa três vertentes: 1) conduzir os alunos à forma de trabalho comum da realidade do mundo empresarial, 2) apelar à sua criatividade e empreendedorismo (tão necessários para dinamizar a economia nacional), aplicando os conceitos e funções básicas da gestão empresarial ministrados na u.c. e 3) habituá-los a fazerem apresentações orais dos seus trabalhos perante uma “plateia” e a conseguirem defender os trabalhos elaborados.

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

The articulation of the syllabus with the valuation methodologies, which are distributed at various times, allows an assessment of students in a phased manner and chained.

The moments of individual evaluation to assess each of the students in terms of their understanding of various subjects of the program.

In addition, the working group has three aspects: 1) lead students to form joint work of the reality of business, 2) appeal to their creativity and entrepreneurship (as needed to boost the national economy), applying the concepts and basic functions business management taught at uC and 3) habituate them to make oral presentations of their work before an "audience" and unable to defend the work produced.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Teixeira, Sebastião (2010), Gestão das Organizações, Verlag Dashofer, 2ª edição*
- *Textos a disponibilizar*
- *Slides das aulas*

Mapa IX - Gestão Comercial e da Força de Vendas

6.2.1.1. Unidade curricular:

Gestão Comercial e da Força de Vendas

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

António Paulo Luís Jorge - 4,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

- *Enquadramento da função vendas nas empresas e na Sociedade*
- *Conceitos, metodologias e condicionantes a levar em atenção na organização de um departamento de vendas*
- *As várias dimensões da gestão da força de vendas*
- *A atividade de Key Account Management*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Placement of the sales function in business and society*
- *Concepts, methodologies and factors to take into account the organization of a sales department*
- *The various dimensions of sales force management*
- *The activity of Key Account Management*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- *A Organização e as funções num departamento comercial*
- *A gestão da força de vendas*
- *Rentabilidade da gestão do portfolio*
- *A articulação com o marketing*

6.2.1.5. Syllabus:

- *Organization and functions in a marketing department*
- *The management of sales force*
- *Profitability of portfolio management*
- *Liaison with marketing*

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

Os Conteúdos programáticos permitiram aos alunos a compreensão conceptual e prática da organização e das variáveis de gestão da força de vendas; bem como do seu papel nas empresas e na Sociedade, habilitando-os assim para o desempenho de funções no seio ou na liderança dos departamentos de vendas

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

The Programme contents allowed the students to conceptual and practical understanding of the organization and management variables of the sales force, and its role in business and society, thus enabling them to perform tasks within the departments and leadership sales

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os alunos são avaliados pela metodologia de avaliação contínua e em conformidade com o regulamento do Instituto, existindo 3 momentos de avaliação, o primeiro que vale 10% decorre da presença nas aulas, um segundo constituído pela média aritmética de 4 trabalho práticos que vale 40% e uma frequência individual que vale 50%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Students are assessed by the method of continuous assessment and in accordance with the regulations of the Institute, there are three stages of evaluation, the first worth 10% due to the presence in the classroom, a second consisting of the arithmetic mean of four practical work worth 40% and a frequency individual scores 50%.

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

As metodologias de ensino revelaram-se adequadas aos alunos e objetivos, porquanto nível de frequências dos alunos às aulas, o seu feedback constante e no final da unidade curricular, bem como o grau de aproveitamento, demonstraram o referido ajustamento.

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

The teaching methods have proved suitable for the students and goals, because the frequency level of the students in class, your constant feedback and at the end of the course and the degree of utilization, showed that adjustment.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Churchill/Ford/Walker's – Johnston/Marshall – Sales Force Management, Tenth Edition, 2011 ISBN 978-0-07-128805-07
- Serra, Elisabeth de Magalhães – Direção e Gestão da Força de Vendas, 1ª Edição, 2012 ISBN 978-972-788-422-3
- Rodrigues, Dário Félix – Gestão de Vendas na Ótica do Marketing, 1ª edição, 1999 ISBN 972-616-197-6

Mapa IX - Gestão da Qualidade**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Gestão da Qualidade

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

Manuel de Vilhena Veludo - 1,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

- Saber demonstrar a importância estratégica da actual abordagem da gestão da qualidade
- Evidenciar o papel do Sistema Português da Qualidade na melhoria da competitividade da economia portuguesa
- Desenvolver conhecimentos e competências para a aplicação de métodos, técnicas e ferramentas da gestão

da qualidade

- Desenvolver a capacidade de aplicar metodologias de mudança organizacional e de melhoria contínua
- Desenvolver aptidões para contribuir para o processo de internacionalização das empresas portuguesas por (via da qualificação)

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- Know demonstrate the strategic importance of the current approach to quality management
- Highlighting the role of the Portuguese Quality System in improving the competitiveness of the Portuguese economy
- Develop knowledge and skills for the application of methods, techniques and tools of quality management
- Develop the ability to apply methodologies for organizational change and continuous improvement
- Develop skills to contribute to the internationalization of Portuguese companies for (via qualification)

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Evolução da gestão da qualidade*
 - Dos primeiros registos de inspecção à análise prospectiva do negócio
2. *Oito princípios da gestão da qualidade:*
 - Focalização no cliente
 - Liderança
 - Compromisso
 - Abordagem por processos
 - Gestão sistémica
 - Melhoria continua (PDCA)
 - Relações mutuamente benéficas
3. *Conformidade como factor crítico da competitividade*
4. *Gestão pelo valor (relação qualidade – custo)*
5. *Subsistemas do SPQ (Sistema Português da Qualidade)*
6. *Quantificação dos custos da qualidade*
7. *Gestão pela qualidade total (TQM e CAF), excelência e TPM*
8. *Métodos, técnicas e ferramentas da gestão da qualidade*
 - Kaizen e JIT
 - Do controlo estatístico ao seis sigma
9. *Desenvolvimento da função qualidade (QFD)*
10. *Identificação e resolução de problemas*
11. *Qualidade, sustentabilidade e responsabilidade social*
12. *Sistemas integrados de gestão (qualidade, ambiente, segurança, responsabilidade social)*
13. *Técnicas de auditoria*
14. *Criatividade, inovação e sistemas de gestão da IDI*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Evolution of quality management*
 - From the first inspection records for prospective analysis of the business
2. *Eight principles of quality management:*
 - Customer Focus
 - Leadership
 - Commitment
 - Process approach
 - Systemic Management
 - Continuous improvement (PDCA)
 - Mutually beneficial relations
3. *Compliance as a critical factor of competitiveness*
4. *Management by value (quality ratio - Cost)*
5. *Subsystems of the SPQ (Portuguese Quality System)*
6. *Quantification of quality costs*
7. *Total quality management (TQM and CAF), and TPM Excellence*
8. *Methods, techniques and tools of quality management*
 - Kaizen and JIT
 - Of the six sigma statistical control
9. *Quality Function Development (QFD)*
10. *Identification and resolution of problems*
11. *Quality, sustainability and social responsibility*
12. *Integrated management systems (quality, environment, social responsibility)*
13. *Techniques audit*
14. *Creativity, innovation and management systems IDI*

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

Os conteúdos programáticos são abordados numa perspectiva teórica-

-prática por forma a proporcionar aos estudantes conhecimentos e desenvolvimento de capacidades para aplicar métodos, técnicas e ferramentas da gestão da qualidade e da gestão da melhoria do desempenho.

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

The course contents are discussed in a theoretical perspective, and practice in order to provide students with knowledge and capacity building to implement the methods, techniques and tools of quality management and management of performance improvement.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- 2 trabalhos práticos obrigatórios (TO)
- 1 prova de frequência (PF)
- Nota final da avaliação contínua: Média aritmética das três notas (2 TO e PF)
- Dispensa de exame (final) escrito se: Nota final da avaliação contínua ≥ 10 v
- Admissão a exame escrito se: Nota final da avaliação contínua: 8 ou 9 v
- Exame oral se: Nota no exame escrito: 8 ou 9 v
- Classificação final: Média aritmética das notas em exame escrito e oral

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

- 2 compulsory practical work (TO)
- A test frequency (PF)
- Final note of the continuous assessment: Arithmetic average of three notes (2 OT and PF)
- Waiver of examination (final) is written: Endnote continuous evaluation $v \geq 10$
- Admission to the written examination, continuous assessment of Endnote 8 or 9 v
- Oral examination if: Note the written examination: 8 or 9 v
- Final standings: Arithmetic average of grades in written examination and oral

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

As metodologias de ensino aplicadas são: expositiva, interrogativa e demonstrativa de forma a assegurar a eficácia do ensino, i.e. o alcance dos objectivos da UC.

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

The teaching methods applied are: expository, interrogative and demonstrative to ensure the effectiveness of teaching, ie the achievement of the objectives of the PA.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Normas:

- NP EN ISO 9000:2005
- NP EN ISO 9001:2008
- NP EN ISO 19011:2012

Livros:

PIRES, Ramos – Sistemas de Gestão da Qualidade. Ed. Sílabo

PINTO, Francisco – Balanced Scorecard – Alinhar Mudança, Estratégia e Performance nos Serviços. Ed. Sílabo

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):

Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias - 1,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Fornecer aos discentes conteúdos técnicos sobre gestão de marcas, desde os factores que formam a marca, a identidade e a avaliação da oferta de bens e serviços até aos instrumentos da sua comunicação

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Provide technical content to students on brand management, since the factors that make the brand, identity, and assessing the supply of goods and services to the instruments of its communication

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*A natureza e funções da marca.
Os factores que formam a marca.
Métricas de Análise e Desempenho
Estima e Familiaridade da Marca
Tipos e identidade da marca.
O Portfólio de oferta de produtos e serviços e a gestão de marca.
A imagem, notoriedade e posicionamento.
Políticas de marca.
O Mix da Comunicação da Marca
Análise de casos.*

6.2.1.5. Syllabus:

*The nature and functions of the mark.
The factors that make the tag.
Analysis and Performance Metrics
Esteem and Brand Familiarity
Types and brand identity.
The portfolio of product offerings and services and brand management.
The image, reputation and positioning.
Policies brand.
The Mix of Brand Communication
Analysis cases.*

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

O programa sugerido corresponde ao detalhe dos objectivos, focando os conhecimentos e instrumentos técnicos necessários a um responsável de branding.

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

The suggested program matches the description of the objectives, focusing on the knowledge and technical tools necessary for a charge of branding.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A avaliação desta unidade curricular é feita através de dois elementos escritos obrigatórios. Um dos elementos remete para um relatório técnico que consiste na elaboração de uma avaliação de uma Marca à escolha do aluno, sujeita a aprovação do docente. O outro elemento de avaliação refere-se à elaboração de um teste individual escrito feito num período denominado no Calendário Escolar "período de provas de frequência". Cada um destes elementos tem uma ponderação de 45%, ficando os restantes 10% para a assiduidade, participação e elaboração de trabalhos de casa.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation of this course is through two written elements required. One element refers to a technical report is to draw up an assessment of a mark on the student's choice, subject to approval of the teacher. The other element of evaluation refers to the preparation of a written individual test done in a period known as the School Calendar "period of testing frequency." Each of these elements has a weighting of 45% with the remaining 10% for attendance, participation and preparation of homework.

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

O ensino é baseado em explicação teórica dos conceitos e análise de casos. A avaliação da unidade curricular assenta num trabalho de prático de gestão de marcas e um teste teórico sobre os conceitos.

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

The teaching is based on theoretical explanation of the concepts and case studies. The evaluation of the course is based on practical work of brand management and a theory test on the concepts.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity - Capitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. (1996). *Criando e Administrando Marcas de Sucesso*. São Paulo: Futura.
- Aaker, D. (1996). *Measuring Brand Equity Across Products and Markets*. *California Management Review* (pp. 102-120). California: ABI/Inform Global.
- Chernatony, L. (2006). *The Diverse Interpretations of 'Brand'*. Oxford: Elsevier.
- Diogo, J. (2008). *Marcating*. Lisboa: Paulus.
- Kapferer, J.-N. (1991). *Marcas - Capital da Empresa*. Lisboa: Edições CETOP.
- Kapferer, J.-N. (2004). *Marcas à prova de prática*. Porto Alegre: Bookman.
- Kapferer, J.-N. (2004). *O que vai mudar as marcas*. São Paulo: Bookman.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring and managing brand equity*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Lencastre, P. (2005). *A Marca: o Sinal, a Missão e a Imagem*. In P. Lencastre, *O Livro da Marca* (pp. 23-71). Lisboa: Dom Quixote.

Mapa IX - Gestão de Preço e do Produto**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Gestão de Preço e do Produto

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

Hugo Alexandre Miranda de Ataíde - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

- *Capacidade de definir a importância da Gestão de Produto e do Preço no contexto do marketing-mix;*
- *Identificar os papéis, tarefas típicas e dificuldades da actividade de Gestor de Produto e Preço;*
- *Assimilação de conhecimentos que permitam desempenhar tarefas típicas de Gestão de Produto, da Gestão de Marca e o domínio essencial das técnicas de Gestão do Preço (estratégica e tática), nomeadamente:*
 - > *Construir e aplicar ferramentas de análise de competitividade para bens e serviços e calcular a vantagem-cliente;*
 - > *Definir Posicionamento de produtos com apoio em ferramentas analíticas;*
 - > *Segmentar um mercado e definir audiência*
 - > *Dominar conceitos de elasticidade, Break-Even Point e Break-even sales change com alteração nos custos fixos e/ou variáveis bem como outros indicadores de análise financeira*
 - > *Definir e diferenciar estratégias e táticas de preços e distinguir as mais apropriadas consoante a fase do ciclo de vida do produto e os canais de distribuição.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Ability to define the importance of Product Management and Pricing in the context of the marketing mix;*
- *Identify the roles, tasks and difficulties typical of the activity of Product Management and Pricing;*
- *Assimilation of knowledge to perform typical tasks of Product Management, Brand Management and the key area of techniques of money management (strategic and tactical), including:*
 - > *Build and apply analytical tools of competitiveness for goods and services and calculate the benefit the client;*
 - > *Set product positioning with support in analytical tools;*
 - > *Target market and set a hearing*
 - > *Mastering the concepts of elasticity, Break-Even Point and Break-even sales change with changes in fixed costs and / or variables and other indicators of financial analysis*
 - > *Define and differentiate pricing strategies and tactics and distinguish the most appropriate depending on the stage of the life cycle of the product and distribution channels.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

PARTE I – GESTÃO DO PRODUTO

1.1. Conceitos base

1.2. Níveis de Produto

1.3. Classificação de produtos

- 1.4. *Caracterização de produtos*
- 1.5. *Dimensões dos produtos*
- 1.6. *Hierarquias dos produtos*
- 1.7. *Planos de Marketing*
- 1.8. *As variáveis Produto e Preço no contexto do Marketing-Mix*
- 1.9. *O Gestor de Produto*
- 1.10. *Estratégias competitivas e Gestão de portfólio*
- 1.11. *Análise de mercado e concorrência*
- 1.12. *Ferramentas de análise de competitividade*
- 1.13. *Segmentação de mercado e de audiência*
- 1.14. *Posicionamento e conceitos associados*
- 1.15. *O Ciclo de Vida do Produto (C.V.P.)*
- 1.16. *Planeamento de Produto*
- 1.17. *Política de Gama*
- 1.18. *A política de design*
- 1.19. *Embalagem*

PARTE II – GESTÃO DO PREÇO

- 2.1. *Conceitos base*
- 2.2. *Objectivos da Gestão de Preços*
- 2.3. *Determinação do Preço*
- 2.4. *Teorias Clássicas de fixação de preços*
- 2.5. *Estratégias vs táticas de Preço*
- 2.6. *A fixação estratégica de preços*
- 2.7. *O papel dos custos na fixação de preços*
- 2.8. *Análise financeira*
- 2.9. *Reagir à concorrência*

6.2.1.5. Syllabus:

PART I - MANAGEMENT PRODUCT

- 1.1. *basic concepts*
- 1.2. *Levels of Product*
- 1.3. *Classification of products*
- 1.4. *Characterization of products*
- 1.5. *Dimensions of products*
- 1.6. *Hierarchies of the products*
- 1.7. *Marketing Plans*
- 1.8. *Product and price variables in the context of the marketing mix*
- 1.9. *The Product Manager*
- 1.10. *Competitive strategies and portfolio management*
- 1.11. *Analysis of market and competition*
- 1.12. *Analysis tools competitiveness*
- 1.13. *Market segmentation and audience*
- 1.14. *Positioning and concepts associated*
- 1.15. *The Product Life Cycle (C.V.P.)*
- 1.16. *Product Planning*
- 1.17. *Range Policy*
- 1.18. *The design policy*
- 1.19. *packing*

PART II - MANAGEMENT OF THE PRICE

- 2.1. *basic concepts*
- 2.2. *Objectives of Price Management*
- 2.3. *Price Determination*
- 2.4. *Classical theories of pricing*
- 2.5. *Strategy vs tactics Price*
- 2.6. *The setting of prices strategic*
- 2.7. *The role of costs in pricing*
- 2.8. *financial Analysis*
- 2.9. *Responding to competition*

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

Os pontos 1.1 a 1.9 destinam-se a enquadrar a disciplina, expor alguns conceitos básicos, dar uma panorâmica da relevância da Gestão de Preço e Produto e dos papéis, responsabilidades e dificuldades inerentes à função de Gestor de Produto e Preço.

A partir do ponto 1.10, são revistos e aprofundados alguns conceitos de Marketing, sempre na óptica do que é esperado de um Gestor de Produto e Preço face às várias tarefas a realizar. No decorrer dos pontos, são

realizados exercícios (ex^{os}: segmentar um mercado; definir o Posicionamento de um produto; construir e analisar a competitividade de um produto). São também abordadas temáticas de carácter mais geral mas de importância prática para a função de Gestor de Produto e Preço, como a Gestão do Tempo e Técnicas de Apresentação, que serão postas em prática pelos alunos aquando da realização e apresentação do seu trabalho e consideradas pelo docente na avaliação do mesmo.

A partir do ponto 2.1, um maior enfoque sobre a Gestão do Preço.

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

1.1 to 1.9 are intended to enquadrar discipline, exposing some basic concepts, give an overview of the importance of price and product management and the roles, responsibilities and difficulties inherent in the role of Product Manager and Price

From Section 1.10, are reviewed and investigated some of the concepts of marketing, where the perspective of what is expected of a Manager of Product and Price addressed the various tasks. Through the points, exercises are performed (ex. them: a target market, defining the positioning of a product, build and analyze the competitiveness of a product). It also covers more general topics, but of practical importance to the role of Product Manager and Pricing, such as Time Management and Presentation Skills, which will be implemented by students on the day and presentation of their work and considered by in teaching evaluation.

From Section 2.1, a greater focus on the management of price

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

3 momentos de avaliação:

- Participação nas aulas (30%), com avaliação de parâmetros como a assiduidade, o comportamento, a motivação e interesse. Como instrumentos de avaliação, é privilegiada a observação directa, sendo administrados vários testes de diagnóstico ao longo das aulas e exercícios ad-hoc para aferir a atenção às matérias versadas;*
- Elaboração e apresentação de um trabalho de grupo (30%), onde são avaliados parâmetros como a correção e profundidade da análise, cumprimento das normas (gestão de tempo da apresentação, prazos de entrega e formatação), clareza e interesse da apresentação e criatividade dos alunos;*
- Teste de Frequência (40%), de duas horas, repartido em duas partes: teste de escolha múltipla (12 valores, com penalização de 0,3 valores por cada resposta incorrecta) e teste de resposta aberta, com questões que envolvem cálculos. É fornecido um formulário pelo docente, não havendo lugar a consulta de elementos adicionais.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Three stages of evaluation:

- Class participation (30%), with evaluation of parameters such as attendance, behavior, motivation and interest. As assessment tools, is privileged to direct observation, and various diagnostic tests administered during the lessons and exercises to assess ad-hoc attention to matters versed;*
- Preparation and presentation of group work (30%), where parameters are evaluated as the correction and depth of analysis, compliance management (time of presentation, delivery and formatting), clarity and interest of presentation and creativity students;*
- Test frequency (40%), two hours, divided into two parts: multiple choice test (12 points, with values of 0.3 penalty for each wrong answer) and open-response test with questions that involve calculations. It is a form supplied by the teacher, there will be no additional query elements.*

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

A administração de testes de diagnóstico e de exercícios em sala promove um ambiente de interação o que favorece a aprendizagem das matérias e a atenção dos alunos, em virtude de ser uma metodologia activa de ensino.

No trabalho de grupo é atribuído a cada grupo um capítulo de um livro da bibliografia (este ano: The Strategy and Tactics of Pricing), para que leiam, compreendam, resumam e construam uma apresentação do mesmo (num formato escolhido pelos alunos: powerpoint, acetatos, ou outros), para ser apresentado oralmente perante o docente e a turma, como se duma aula se tratasse, seguida de uma sessão de perguntas e respostas. Tendo sido transmitidos previamente conhecimentos de Gestão do Tempo e de Técnicas de Apresentação, esta é uma oportunidade para os alunos desenvolverem ou melhorarem a sua postura, capacidade de apresentação e argumentação perante um público, algo inevitável e inerente à função de Gestor de Produto e Preço.

Por fim, o teste de frequência agrega duas abordagens, a dos teste de escolha múltipla e a dos testes de resposta aberta, sendo que a a parte de escolha múltipla tem uma maior incidência sobre a 'Parte I' do programa e a parte de resposta aberta tem uma maior incidência sobre a 'Parte II' do programa. Testam-se assim a clareza dos conceitos teóricos apreendidos ao longo do semestre bem como a capacidade de resolução de problemas e exercícios práticos relacionados com a Gestão de Produto e do Preço.

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

Administration of diagnostic tests and exercises in class promotes an environment of interaction which favors the learning materials and students' attention, by virtue of being an active teaching methodology.

In group work is assigned to each group a chapter of a book of literature (this year: The Strategy and Tactics of Pricing), to read, understand, summarize and build a presentation of the same (in a format chosen by the students: powerpoint acetates, or other) to be presented orally to the teacher and the class as if it were a classroom, followed by a question and answer session. Having previously been transmitted knowledge of Time Management and Presentation Skills, this is an opportunity for students to develop or improve your posture, presentation skills and arguments before an audience, something inevitable and inherent function of Product Management and Pricing .

Finally, the test frequency adds two approaches, the multiple choice test and the test response open, and multiple choice of aa part has a greater impact on the 'Part I' of the part and has an open-response stronger focus on 'Part II' program. Test is thus the clarity of the theoretical concepts learned throughout the semester as well as the ability to solve problems and exercises related to Product Management and price

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Gorchels, Linda. (2000). The Product Manager's Handbook – The Complete Product Management Resource, 2nd edition. Chicago: NTC Business Books.

Holden, Reed & Burton, Mark. (2008). Pricing with confidence: 10 ways to stop leaving money on the table. New Jersey: John Wiley & Sons

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2006). Marketing Management, 12th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Lambin, Jean-Jacques. (2000). Marketing estratégico. Alfragide: McGraw-Hill.

Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J.V. (2003). Mercator XXI. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

McDonald, Malcolm. (1999). The book on Marketing Plans – How to prepare them, how to use them, 4th edition.

Linacre House: Butterworth Heinemann.

Nagle, Thomas, Hogan, John. & Zale, Joseph (2011). The strategy and tactics of pricing, 5th edition. New Jersey: Prentice Hall.

Porter, Michael. (1980). Competitive Strategy. New York: The Free Press.

Mapa IX - Gestão Financeira e Orçamental

6.2.1.1. Unidade curricular:

Gestão Financeira e Orçamental

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

José Magalhães - 4,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Aplicação dos conhecimentos de gestão de tesouraria de curto e longo prazo em ambiente empresarial, com aplicação pratica das áreas de gestão financeira e com aplicação de gestão de orçamentos, e a sua articulação, praticando sempre uma formação baseada na responsabilidade social e ética nos negócios.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Application of knowledge of the treasury management of short and long-term business environment, with practical application in the areas of financial management and application management budgets, and its articulation, always practicing a formation based on social responsibility and business ethics.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

A- Analise dos factores internos e externos a empresa.

B- Estudo de tesouraria e as suas necessidades.

C- Estudo do fundo maneio.

D- Análise de rentabilidade e rendibilidade de tesouraria.

E- Rácios e indicadores.

F- Análise de Peças Financeiras.

G- Elaboração de Orçamentos.

H- Análise de desvios.

6.2.1.5. Syllabus:

- A-Analyze internal and external factors of the company.*
- B-Study and its cash needs.*
- C-Study of working capital.*
- D-Analysis of profitability and cash profitability.*
- E-ratios and indicators.*
- F-Part Financial Analysis.*
- G-Budgeting.*
- H -Analysis of shifts.*

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

Os objectivos da unidade curricular, são de incrementar conhecimentos básicos de gestão financeira no curto e longo prazo, com análise de situações de excesso de tesouraria e insuficiência, entendendo a necessidade de estudo do fundo maneio e as suas formas de movimentação. A importância da elaboração de orçamentos e o estudo profundo dos desvios.

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

The objectives of the course are to increase basic knowledge of financial management in the short and long term, with analysis of situations of excess cash and insufficient, considering the need for study of working capital and its forms of movement. The importance of budgeting and in-depth study of the deviations.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A avaliação proceder-se-á de acordo com os seguintes princípios (Nos Termos do Regulamento de Avaliação em vigor no INP), tendo a disciplina dois momentos escritos de avaliação em regime de frequência.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation will be undertaken in accordance with the following principles (In Terms of the Rules of Evaluation in force INP), and two times the discipline written evaluation under frequency.

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

Os objectivos são de articulação dos conceitos teóricos com as práticas empresariais, procurando através de exercícios e estudos de caso analisar a forma de implementação das matérias de estudo e a sua importância dentro das sociedades.

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

The objectives are to articulate the theoretical concepts with business practices, looking through exercises and case studies examine how to implement the courses of study and its importance within societies.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Relato Financeiro, Vida Económica, 2012.*
- Esperança. José Paulo, Empreendedorismo e Planeamento Financeiro, Edições Silabo, 4ª Edição.*
- Neves, João Carvalho, Analise e relato Financeiro, Texto Editores, 2011*

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):

Maria Leonor Maciel dos Santos Almeida - 1,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Pretende-se que os alunos sejam, no final da Unidade Curricular, capazes de:
Evidenciar a importância dos recursos humanos como factor estratégico e determinante do desenvolvimento das organizações enquadrando a Gestão de Recursos Humanos no âmbito mais vasto da Gestão
Adoptar, nas suas actividades profissionais, comportamentos conducentes à valorização do factor humano .
Adquirir uma atitude crítica relativamente à Gestão de Recursos Humanos, sobre a pertinência, validade, posicionamento estrutural e desafios futuros.
Adquirir conhecimentos relativamente às principais práticas de Gestão de Recursos Humanos.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

It is intended that students are at the end of the course, able to:
Highlight the importance of human resources as a strategic factor and determinant of the development of organizations framing the Human Resources Management in the broader context of management
Adopt in their professional activities, behaviors leading to the human factor.
Acquire a critical attitude to the Human Resource Management, the relevance, validity, structural positioning and future challenges.
Acquire knowledge of the basic practices of Human Resource Management.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

I – Gestão de Recursos Humanos: Evolução do Conceito, Perspectivas e Novos Desafios

- 1. Gestão e Gestão de Recursos Humanos*
- 2. Natureza da Função de Gestão de Recursos Humanos*
- 3. Conteúdo da Função de Gestão de Recursos Humanos*
- 4. Actividades da Função de Gestão de Recursos Humanos*
- 5. Desafios da Função de Gestão de Recursos Humanos*

II– Recrutamento e Selecção

- 1. Recrutamento*
 - 1.1. Recrutamento Interno e Recrutamento Externo*
 - 1.2. Métodos e Técnicas de Recrutamento*

2. Selecção

- 2.1. Conceito de Selecção*
- 2.2. Técnicas de Selecção*
- 2.3. Entrevista de Selecção*
- 2.4. Testes de Conhecimento*
- 2.5. Testes Psicológicos*

III– Avaliação de Desempenho

- 1. Avaliação de Desempenho: Definição*
- 2. Objectivos da Avaliação de Desempenho*
- 3. Métodos e Técnicas da Avaliação de Desempenho*

IV– Gestão e Desenvolvimento da Carreira e Papéis Profissionais

- 1. Desenvolvimento da Carreira em Contexto de Trabalho*
- 2. A Importância dos Valores no Desenvolvimento da Carreira*

6.2.1.5. Syllabus:

I - Human Resource Management: Evolution of Concepts, Perspectives and New Challenges

- 1. Management and Human Resource Management*
- 2. Nature of Function Human Resources Management*
- 3. Content Management Function Human Resources*
- 4. Activities of the Civil Human Resource Management*
- 5. Challenges Role of Human Resources Management*

II-Recruitment and Selection

- 1. recruitment*
 - 1.1. Recruitment Internal and External Recruitment*
 - 1.2. Recruitment Methods and Techniques*

2. selection

- 2.1. Concept Selection*
- 2.2. Selection Techniques*
- 2.3. Interview Selection*
- 2.4. Knowledge Tests*
- 2.5. Psychological Tests*

III-Performance Assessment

1. Performance Appraisal: Definition
2. Objectives of Performance Appraisal
3. Methods and Techniques of Performance Evaluation

IV-Management and Development of Career and Professional Roles

1. Career Development in the Context of Work
2. The Importance of Values in Career Development

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

No sentido de introduzir os alunos na problemática da Gestão de recursos humanos e de os sensibilizar para a importância dos recursos humanos como factor estratégico das organizações começa-se por uma apresentação e evolução, perspectivas e desafios futuros da função RH. Considerando que a GRH se trata de uma área essencialmente prática, com reduzido enquadramento teórico, é importante uma particular atenção à tentativa de compreensão e de teorização deste domínio. Para tal, é feita um breve enquadramento sobre a evolução do problema em termos dos conceitos e das práticas. Posteriormente são apresentadas algumas das práticas de Gestão de Recursos Humanos, mais difundidas e com mais impacto nas organizações, tais como, recrutamento e selecção, avaliação de desempenho e gestão de carreiras. Ao longo da apresentação das práticas de GRH discute-se a importância, dos recursos humanos como factor estratégico das organizações, bem como o seu impacto nos processos de mudança das organizações.

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

In order to introduce the students the issue of human resources management and raise awareness of the importance of human resources as a strategic factor of organizations begin by a presentation and evolution, perspectives and future challenges for the HR function. Whereas it is a HRM area essentially practical, with little theoretical framework, it is important to pay particular attention to the attempt of understanding and theorizing this domain. For such, is made a brief framework on the evolution of the problem in terms of concepts and practices. Subsequently are some of the practices of Human Resource Management, more and more widespread impact on organizations, such as recruitment and selection, performance appraisal and career management. Throughout the presentation of HRM practices discusses the importance of human resources as a strategic factor of the organizations, as well as its impact on change processes in organizations.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A disciplina é leccionada com a existência de aulas teóricas, práticas e tutorias. Nas aulas teóricas será feita a exposição dos aspectos conceptuais. Nas aulas práticas serão feitos exercícios de aplicação dos conceitos teóricos e análise e discussão de casos. Nas tutorias é dado apoio personalizado aos alunos. Haverá 3 momentos de avaliação: Uma frequência – a realizar obrigatoriamente em época de frequência- 50%. Um teste – em data a indicar pelo professor – 25%. Um trabalho de grupo com apresentação oral – 25%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The subject is taught with the existence of theoretical, practical and theoretical classes will be tutorias. Nas exposure conceptuais. Nas aspects of practical classes will be made exercises for applying theoretical concepts and analysis and discussion of cases. Nas tutoring is given personalized support students. There will be three stages of evaluation: A frequency - must be held in the time-frequency 50%. A test - at a date specified by the teacher - 25%. A group assignment with oral presentation - 25%.

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

No sentido do desenvolvimento de uma aprendizagem profícua e significativa ao nível da Gestão de Recursos Humanos, torna-se essencial apelar ao pensamento crítico, ao confronto de experiências profissionais ou da análise de casos práticos, mais do que à mera memorização. Nesse sentido, assume toda a pertinência a utilização do método interrogativo, de dinâmicas de aplicação prática, de simulações e trabalhos de grupo. A título de exemplo, referem-se os exercícios de elaboração de um anúncio para recrutamento, a simulação de uma entrevista de selecção e a organização de um seminário com profissionais que apresentam os sistemas de avaliação de desempenho das suas organizações.

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

In order to develop a fruitful and meaningful learning in terms of Human Resource Management, it is essential to appeal to critical thought, the clash of professional experience or analysis of case studies, rather than the rote memorization. In this sense, assumes all pertinent use of the interrogative method, the dynamics of practical application, simulations and group work. For example, refer to the years of drafting an advertisement for recruitment, simulation an interview selection and organization of a seminar with professionals who have systems for evaluating performance of their organizations.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Armstrong, M. (1990). Personal management practice (Third Edition). London: Kogan Page.

Arnold, J., Cooper, C.L., & Robertson, I.T. (1995). Work Psychology. Londres: Pitman Publishing.

Caetano, A. (1997). Avaliação de Desempenho: Metáforas, Conceitos e Práticas Lisboa: RH Editora

..Bamberger, P. & Meshoulam, I. (2000). Human Resources Strategy: Formulation, implementation and impact. Thousand Oaks, California: Sage Publications

Caetano, A., & Vala, J. (Eds.) (2002). Gestão de Recursos Humanos: Contextos, Processos e Técnicas (2ª ed.). Lisboa: RH Editora

Camara, P. B., Guerra, P. B., & Rodrigues, J. V. (2005). Humanator: Recursos Humanos e Sucesso Empresarial (6ª ed.). Lisboa: Publicações Dom Quixote

Lopes, A., & Barrosa, L. (2008). A comunidade educativa e a gestão escolar: Um contributo da gestão estratégica de recursos humanos. Mangualde, PT: Edições Pedagogo, Lda

Cardoso, A, A. (2001).Recrutamento & Selecção de Pessoal. Lisboa: Lidel.

Mapa IX - Liderança e Animação de Equipas

6.2.1.1. Unidade curricular:

Liderança e Animação de Equipas

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

Maria Leonor Maciel dos Santos Almeida - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Conhecer o conceito de liderança e a sua controvérsia ao nível da teoria, investigação e prática.

Compreender e discutir a importância determinante do factor liderança no processo de gestão.

Compreender o conceito de mudança e os desafios que implica na liderança.

Conhecer e saber aplicar a casos concretos práticas de animação de equipas

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Know the concept of leadership and its dispute to the level of theory, research and practice.

Understand and discuss the importance of decisive leadership factor in the management process.

Understand the concept of change and the challenges that implies leadership.

Know and apply to specific cases of practical animation teams

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1- Introdução

2 - Conceito de Liderança

2.1.Controvérsia ao nível da Definição

2.2.Controvérsia ao nível da Investigação

2.3.Controvérsia ao nível da Conceptualização

3 -Modelos Teóricos Subjacentes

3.1.A Abordagem dos Traços

3.2.A Abordagem Comportamental

3.3.A Abordagem Contingencial/Situacional

4. Liderança Transformacional, Carismática e Visionária

5 - Liderança em Contextos Complexos

6 Modelo Holístico dos Valores de Base de Duane Brown na Animação de Equipas

6.1. Características gerais; proposições; instrumentos e medidas associadas; aplicações (Brown, 1996, 2002).

6.2. Contributos para a prática de animação de equipas (D. Brown, 1996, 2002 ; Crace e Almeida (2006)).

6.2.1.5. Syllabus:

1 - Introduction

2 - Definition of Leadership

2.1. Controversy level of Definition

2.2. Controversy at Research

2.3. Controversy level of conceptualization

3- Theoretical Models Underlying

3.1. A Traits Approach

3.2. A Behavioral Approach

3.3. A Contingency Approach / Situational

4. Transformational Leadership, Charismatic, and Visionary

5 - Leadership in Complex Contexts

6 Values of the Holistic Model Base Duane Brown in Animation Team

6.1. Characteristics general, proposals, instruments and associated measures; applications (Brown, 1996.2002).

6.2. Contributs to practice animation team (D. Brown, 1996.2002; Crace and Almeida (2006)).

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

No sentido de capacitar os alunos em termos teórico - conceptuais no estudo da liderança começa-se por fazer uma breve apresentação sobre o conceito de liderança abordando a controvérsia ao nível da teoria, investigação e prática. Segue-se a apresentação dos modelos teóricos subjacentes, mais relevantes, uns mais históricos outros mais emergentes. Ao longo da apresentação dos modelos discute-se a importância determinante do factor liderança no processo de gestão, à luz de cada uma destas abordagens, bem como o seu impacto nos procesos de mudança das organizações.

Para capacitar os alunos em termos práticos, nomeadamente no que respeita ao desenvolvimento de competências para animação de equipas são apresentados e discutidos casos e são realizados exercícios de simulação.

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

In order to train students in theoretical terms - the conceptual study of leadership begins by making a brief presentation on the concept of leadership addressing the controversy at the level of theory, research and practice. Here is the presentation of relevant theoretical models subjacentes, mais, some more historical emergentes. Ao other more during the presentation of the models we discuss the crucial importance of the leadership factor in the management process in the light of each of these approaches, as well as their impact on the Processes of change in organizations.

To train students in practical terms, particularly with regard to skills development for animation teams are presented and discussed cases and simulation exercises are conducted.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A disciplina é leccionada com a existência de aulas teóricas, práticas e tutórias. Nas aulas teóricas será feita a exposição dos aspectos conceptuais. Nas aulas práticas serão feitos exercícios de aplicação dos conceitos teóricos e análise e discussão de casos. Nas tutórias é dado apoio personalizado aos alunos.

Haverá 3 momentos de avaliação: Uma frequência – a realizar obrigatoriamente em época de frequência- 50%. Um teste – em data a indicar pelo professor – 25%. Um trabalho de grupo com apresentação oral – 25%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The subject is taught with the existence of theoretical, practical and theoretical classes will be tutórias. In exposure conceptuais. In aspects of practical classes will be made exercises for applying theoretical concepts and analysis and discussion of casos. In as tutoring and personal support students.

There will be three stages of evaluation: A frequency - to be held compulsorily in time-frequency 50%. A test - at a date specified by the teacher - 25%. A group assignment with oral presentation - 25%.

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

No sentido do desenvolvimento de uma aprendizagem profícua e significativa ao nível da Liderança e Animação de Equipas, torna-se essencial apelar ao pensamento crítico, ao confronto de experiências profissionais ou da

análise de casos práticos, ,mais do que à mera memorização. Nesse sentido, assume toda a pertinência a utilização do método interrogativo, de dinâmicas de aplicação prática,de simulações e trabalhos de grupo, em que adicionalmente uma adequada competência social é desejável. A título de exemplo, apresenta-se uma dinâmica de grupo para desenvolver equipas de alto rendimento, assente no modelo Holístico dos Valores de Base (Brown,1996,2002) que considera que a maior parte do sucesso e satisfação de uma equipa são determinados pela forma como os valores predominantes da equipa estão a ser satisfeitos. Nesta dinâmica utiliza-se um instrumento para avaliação dos valores de vida -LVI, -desenvolvido por Crace e Brown (1996) e cuja aferição portuguesa é da autoria da docente da presente unidade curricular(Almeida,2006).

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

In order to develop a fruitful and meaningful learning in terms of leadership and Animation Team, it is essential to appeal to critical thought, the clash of professional experience or analysis of case studies, rather than the rote memorization. In this sense, assumes all pertinent use of the interrogative method, the dynamics of practical application, simulations and group work, in addition to an appropriate social skills is desirable. For example, it presents a group dynamic to develop high performance teams, based on the model of Holistic Values Base (Brown, 1996.2002), which considers that the most success and satisfaction of a team are determined by how the dominant values of the team are being met. In this dynamic one instrument is used to evaluate the values of life-LVI,-developed by Brown and Crace (1996) and whose measurement Portuguese is the authorship of the teaching of this course (Almeida, 2006).

6.2.1.9. Bibliografia principal:

-Aditya, R.,House,R.,&Kerr,S.(2000). Theory and practice of Leadership. In Cooper &Locke (Eds.),Industrial and Organizational Psychology(pp.131-165).Oxford:Blackwell.
-Almeida,L. (2007a). Estudos Portugueses com o Inventário dos Valores de Vida. In M. Córdoba & J. C. Rosales (Org.). Psicologia Social. Perspectivas e Aportaciones hacia um mundo possible (pp. 320-330). México: Amapsi.
-Almeida, (2006). Inventário dos Valores de Vida. Lisboa: Edição de Autor.
-Avoilo,B.,Sosik,J.,Jung,D.,&Berson,Y..(2003). Leadership models, methods and applications.InW.Borman,D.Ilggen,&R.Klimoski, (Eds.),Handbook of psychology (Vol. 12pp.277-307).New York: Wiley.
-Brown, D. (1996). A holistic, values-based model of life role decision making and satisfaction. In. D. Brown & L. Brooks and Associates. Career Choice and Development (3rd ed.) (pp.337-372). San Francisco: Jossey-Bass.

Mapa IX - Marketing e Comércio Internacional

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing e Comércio Internacional

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

Fernando Manuel Pereira Tristany - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Sensibilizar os alunos para a realidade global no que respeita ao comércio internacional e à estratégia de marketing global

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Sensitize students to the global reality with regard to international trade and global marketing strategy

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Recursos e capacidades globais. Modos de entrada. Política de Marketing Global (Produto, Distribuição, Preço, Comunicação e Embalagem).

6.2.1.5. Syllabus:

Resources and global capabilities. Input modes. Policy of Global Marketing (Product, Distribution, Price, Packaging and Communication).

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.*Os alunos apresentam um tema relacionado com o programa***6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.***Students present a topic related to the program***6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Um Trabalho individual (65%); 2 testes parcelares (35%)**Os alunos que não atingirem nota mínima de 8 valores em qualquer dos testes deverão ser avaliados em exame final***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***An individual work (65%), two partial tests (35%)**Students who do not achieve a minimum score of 8 points in any of the tests should be evaluated in the final exam***6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***A apresentação individual, a crítica servem para debater os temas abordados***6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.***The individual presentation, criticism serve to discuss the themes***6.2.1.9. Bibliografia principal:***Kotabe, M. (2010), "Global Marketing Management, International Student ", 5th Edition. Ed. Wiley Wave. Cateora, Ph. ad al, (2011) "International Marketing" 15 th Edition. Ed.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):***Francisco Manuel da Encarnação Ferrão - 3 horas***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Não há.***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***Não há.***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- Fornecer aos alunos os conhecimentos e metodologias de análise necessários para a gestão e fidelização de clientes e para a formulação, implementação e controle das práticas de marketing relacional;
- Compreender o meio envolvente e desenvolver o raciocínio estratégico conducente à formulação e implementação de uma estratégia relacional com recurso à utilização de sistemas e tecnologias de informação;
- Analisar o contexto actual dos relacionamentos com os clientes proporcionados pelas redes sociais e os seus impactos nas empresas;
- Conhecer as características das novas formas de relacionamento com os clientes e como é que as empresas podem tirar partido desses novos contextos;
- Ser capaz de criar, e gerir, uma base de dados de clientes como infra-estrutura essencial para criar propostas de valor para os clientes;

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- Provide students with the knowledge and methods of analysis necessary for management and customer loyalty and for the formulation, implementation and control of relational marketing practices;
- Understand the environment and develop strategic thinking leading to the formulation and implementation of a relational strategy with the use of systems and information technology;

- *Analyze the current context of relationships with customers provided by social networks and their impact on business;*
- *Understand the characteristics of new forms of relationships with customers and how companies can take advantage of these new contexts;*
- *Be able to create and manage a database of customers as essential infrastructure to create value propositions to customers;*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- *Do marketing transaccional ao Marketing Relacional*
- *Marketing Relacional – características principais*
- *O papel integrador dos relacionamentos com os clientes*
- *A abordagem do Marketing Relacional*
- *CRM, Database Marketing e o relacionamento com os clientes*
- *Fidelização e retenção dos clientes*
- *Marketing com bases de dados : Database Marketing*
- *Construção de um relacionamento com clientes com apoio do Database Marketing*
- *Classificação e avaliação dos clientes – modelos principais*
- *Sistemas de suporte à decisão em Marketing – Data Mining*
- *Aspectos legais da construção de bases de dados de clientes*
- *CRM – o novo paradigma de relacionamento com clientes*
- *CRM – caracterização, o conceito da visão única do cliente*
- *O ciclo do CRM, componentes tecnológicas*
- *Estratégia CRM – aspectos principais, factores críticos de sucesso*
- *E-CRM e M-CRM*
- *Implementação do CRM – pontos principais e fases a considerar*
- *CRM 2.0 – o CRM Social*

6.2.1.5. Syllabus:

- *The transactional marketing to relational marketing*
- *Relationship Marketing - key features*
- *The integrative role of customer relationships*
- *The approach of Relationship Marketing*
- *CRM, Database Marketing and customer relationships*
- *Loyalty and retention*
- *Marketing with databases: Database Marketing*
- *Building a customer relationship with the support of Database Marketing*
- *Classification and evaluation of clients - major models*
- *Decision Support Systems in Marketing - Data Mining*
- *Legal aspects of the construction of databases of customers*
- *CRM - a new paradigm for customer relationship*
- *CRM - characterization, the concept of the single customer view*
- *The cycle of CRM, technological components*
- *CRM Strategy - the main aspects, critical success factors*
- *E-CRM and CRM-M*
- *Implementation of CRM - key points to consider and phases*
- *CRM 2.0 - Social CRM*

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

Os conteúdos programáticos acompanham os objectivos de aprendizagem numa perspectiva teórico-prática com a apresentação e discussão de casos práticos. Esta coerência é reforçada com a avaliação em grupo na medida em que foi pedido aos estudantes para apresentarem um estudo detalhado de um tema à sua escolha e que tem a ver não só com as matérias dadas mas também com o contexto desta licenciatura, isto é, a Gestão Comercial e Vendas.

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

The accompanying syllabus learning objectives in a theoretical-practical with the presentation and discussion of case studies. This coherence is reinforced by the assessment group to the extent that students were asked to submit a detailed study of a topic of their choice and that has to do with not only the materials but also given the context of this degree, ie Sales & Management.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de avaliação baseia-se por um lado numa perspectiva de análise dos conhecimentos individuais dos estudantes e por outro na capacidade dos estudantes trabalharem em grupo, no aprofundar de temas numa perspectiva motivadora da sua criatividade e simultaneamente da aplicação dos conhecimentos adquiridos.

Um momento de avaliação individual inicial

Matéria : Marketing Relacional e Database Marketing

- *Um momento de avaliação em grupo*
 - Trabalho a realizar baseado no guião fornecido pelo Professor com vários temas à escolha dos estudantes*
 - *Um momento de avaliação individual final*
- Matéria : CRM – Customer Relationship Management e CRM Social**

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation methodology is based on the one hand perspective of analysis of individual students' knowledge and the ability of other students work in groups, to deepen the issues motivating perspective of both their creativity and the application of acquired knowledge.

- *A moment of initial individual assessment*

Feature: Relationship Marketing and Database Marketing

- *A moment of group evaluation*

Work to be done based on the script provided by the teacher with various themes to choose students

- *A moment of individual final assessment*

Feature: CRM - Customer Relationship Management CRM and Social

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

A metodologia de ensino foi essencialmente teórico-prática com apresentação dos conceitos base destas matérias e discussão com os estudantes de casos práticos que são apresentados pelo Professor. Estes casos práticos têm a ver com exemplos da própria internet com visitas, em tempo real, a sítios de empresas que são bons exemplos dos conceitos apresentados pelo Professor e que são simultaneamente case studies relevantes.

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

The teaching methodology was essentially theoretical and practical presentation of concepts based thereon and discussion with students of practical cases that are presented by Professor. These cases have to do with practical examples of the Internet itself to visitors in real time, the sites of companies that are good examples of the concepts presented by Professor and case studies that are both relevant.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Francisco Ferrão (2003) CRM – Marketing e Tecnologia, Escolar Editora*
- *Don Peppers and Martha Rogers (2004) Managing Customer Relationships, Wiley*
- *Paul Greenberg (2010) CRM at the speed of light – 4th edition, Mc Graw Hill*
- *Documentação fornecida pelo Professor*

Mapa IX - Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing

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

Miguel Nuno Vieira de Carvalho d'Abreu Varela - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

Definição das estratégias de marketing, na sua lógica multicomposta, enquanto elemento orientador da estratégia da organização em níveis diferenciados da estratégia e da sua operacionalização, tendo em conta as abordagens e diferenciações dos diversos mix de marketing.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Definition of marketing strategies in your ladder logic multicomposta while guiding element of the strategy of the organization at different levels of strategy and its operation, taking into account the differences of the various approaches and marketing mix.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- *O Marketing enquanto função empresarial e as diversas abordagens;*
- *O Marketing estratégico – O plano e os modelos analíticos externos e internos;*
- *O Marketing Operacional – o mix de produtos e o mix de serviços;*
- *O Marketing B2B e B2C;*
- *Novas tendências e aplicações do Marketing .*

6.2.1.5. Syllabus:

- *Marketing as a business function and the various approaches;*
- *The Strategic Marketing - The plan and the external and internal analytical models;*
- *The Operational Marketing - The product mix and service mix;*
- *The Marketing B2B and B2C;*
- *New trends and applications of marketing.*

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

O programa sugerido corresponde ao detalhe dos objectivos, focando os conhecimentos e instrumentos técnicos necessários a um responsável de marketing.

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

The suggested program matches the description of the objectives, focusing on the knowledge and tools necessary for a technical marketing manager

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A avaliação desta unidade curricular é feita através de dois elementos escritos obrigatórios. Um dos elementos remete para um relatório técnico que consiste na elaboração de um plano de Marketing de uma empresa à escolha do aluno, sujeita a aprovação do docente. O outro elemento de avaliação refere-se à elaboração de um teste individual escrito feito num período denominado no Calendário Escolar "período de provas de frequência". Cada um destes elementos tem uma ponderação de 45%, ficando os restantes 10% para a assiduidade, participação e elaboração de trabalhos de casa.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation of this course is through two written elements required. One element refers to a technical report is to draw up a marketing plan for a company to the student's choice, subject to approval of the teacher. The other element of evaluation refers to the preparation of a written individual test done in a period known as the School Calendar "period of testing frequency." Each of these elements has a weighting of 45% with the remaining 10% for attendance, participation and preparation of homework.

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

O ensino é baseado em explicação teórica dos conceitos e análise de casos. A avaliação da unidade curricular assenta num trabalho de prático de aplicação dos conceitos de marketing e um teste teórico.

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

The teaching is based on theoretical explanation of the concepts and case studies. The evaluation of the course work is based on practical application of marketing concepts and a theoretical test.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

FREIRE, Adriano (1997) - Estratégia – Casos de Sucesso em Portugal, Lisboa, Editorial Verbo.
KOTLER, Philip (2000) - Marketing Management – The Millenium Edition, Prentice Hall, New Jersey.
LAMBIN, Jean-Jacques (2000) - Marketing Estratégico, McGraw Hill.
LENDREVIE, J. e LINDON, D., DIONÍSIO, P., RODRIGUES, V. (2000) - Mercator 2000, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
LEVITT, T (1986) - Le Marketing Imagination, Free Press, Nova Iorque.
McDONALD, Malcom (1995) - Marketing Plans, Edições Butterworth-Heinemann, Oxford.
NUNES, J. Coelho (1988) - Marketing em Portugal – Um Guia de Acção, Texto Editora, Lisboa.
PIRES, A. (1991) - Marketing, Verbo, Lisboa.
SCHNAARS, Steven (1991) - Estratégias de Marketing, Edições Díaz de Santos.
WALKER, O., BOYD, H e LARRECHE, J. (1995) - Marketing Strategy, planning and implementation, Irwin, Boston.

Mapa IX - Metodologias de Investigação Científica**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Metodologias de Investigação Científica

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):
Custódia Sacramento Ferro Costa - 1.5 horas

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

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

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):
No final da UC os alunos devem:

- a. conhecer as diferentes perspectivas da investigação em Ciências Sociais;*
- b. saber como executar o processo clássico de investigação em Ciências Sociais ;*
- c. conhecer a utilização dos métodos de recolha e análise de dados mais relevantes;*
- d. saber interpretar resultados na relação com a dimensão teórica e da sua problemática;*
- e. ter construído um projecto de investigação.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of UC students must:

- a. know the different perspectives of research in Social Sciences;*
- b. know how to perform the classic process of research in Social Sciences;*
- c. know the use of methods of collecting and analyzing data more relevant;*
- d. know how to interpret results in relation to the theoretical dimension and its problems;*
- e. have built a research project.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Questões gerais

1.1. Ciência e conhecimento

1.2. O conhecimento científico

1.3. Ciências humanas. Ciências sociais

1.4. Tipologias de Investigação

2. A investigação em ciências sociais. Trabalhos académicos

3. Metodologia de investigação científica. Etapas da investigação

3.1. O sujeito, o real e o saber; do tema ao esboço do problema

3.2. Revisão da literatura

3.3. Formulação do problema e da hipótese

3.4. Recolha de dados secundários e criação de dados primários

3.5. Tratamento da informação; as técnicas quantitativas e qualitativas

3.6. Verificação rumo à síntese científica; reflexão crítica

3.7. O relatório de investigação

6.2.1.5. Syllabus:

1. Questões general

1.1. Science and knowledge

1.2. Scientific knowledge

1.3. Humanities. social science

1.4. Types of Research

2. The social science research. academic work

3. Methodology of scientific research. Stages of research

3.1. The subject, the real and knowledge; theme to outline the problem

3.2. Review of literature

3.3. Problem formulation and hypothesis

3.4. Collection of secondary data and primary data creation

3.5. Information processing, the quantitative and qualitative techniques

3.6. Verification towards scientific synthesis, critical reflection

3.7. The research report

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

Objectivos a., b. tópicos 1 e 2; objectivos c., d. e e. tópico 3.

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

Objectives., B. threads 1 and 2, c objectives., d. and e. Topic 3.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A avaliação será realizada com base nos seguintes elementos e ponderações:

- 2 Trabalhos: 45%;
- Assiduidade e participação nas aulas: 10%;
- Frequência 45%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation will be based on the following factors and weights:

- Work 2: 45%;
- Attendance and class participation: 10%;
- 45% frequency.

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

Avaliam-se conhecimentos teóricos em frequência e os conhecimentos práticos em trabalhos, um dos quais é um projecto de investigação.

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

It assesses frequency and theoretical knowledge in practical work, one of which is a research project.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Principal:

DESHAIS, Bruno - Metodologia da Investigação em Ciências Humanas. Lisboa: Instituto Piaget, 1997

TORRES, Adelino - Novos elementos do Método no Estudo. 4ª ed. Lisboa: Vega, 2000

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, Pilar Baptista - Metodologia de Pesquisa. 3ª ed. São Paulo: Mc Graw Hill, 2006

Secundária:

MOREIRA, Carlos Diogo - Planeamento e Estratégia da Investigação Social. Lisboa: ISCSP, 1999

BARANÃO, Ana Maria - Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão. Lisboa: Sílabo, 2004

ALMEIDA, João F.; PINTO, José M. - A Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Editorial Presença, 1990

BOUDON, R. - Os Métodos em Sociologia. Lisboa: Rolim, 1990

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):

Jorge Filipe de Albuquerque Matos de Almeida - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

No final da presente unidade curricular os alunos devem ficar a conhecer algumas possibilidades e alguns constrangimentos ao uso da Estatística em Ciências Sociais, em particular, a sua aplicabilidade à Gestão nos seus aspectos descritivos.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of this course students should get to know some possibilities and some constraints to the use of statistics in social sciences, in particular, its applicability to management in its descriptive aspects.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Revisão de algumas noções da matemática elementar.

Estatística Descritiva Univariada:

- *As etapas do método estatístico*
- *Distribuição de frequências*
- *Medidas de localização e de dispersão.*

6.2.1.5. Syllabus:

Revision of some notions of elementary mathematics.

Univariate Descriptive Statistics:

- *The steps of the statistical method*
- *Distribution of frequencies*
- *Measures of location and spread.*

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

A aprendizagem na Unidade Curricular de Métodos Quantitativos desenvolve-se sobre a Estatística Descritiva.

Esta consiste na recolha, apresentação, análise e interpretação de dados numéricos.

O conteúdo programático ao abordar, do ponto de vista das Ciências Sociais, temas como as etapas do método estatístico, distribuições de frequências e medidas de localização e dispersão, permite ao aluno ficar a par de algumas

possibilidades e alguns constrangimentos ao uso da Estatística, sendo este, o objectivo de aprendizagem desta Unidade Curricular.

Finalmente, é necessário salientar a existência no conteúdo programático, de um ponto dedicado a revisões sobre noções de matemática elementar, sem o qual, a coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da Unidade Curricular estaria gravemente comprometida, uma vez que os alunos que frequentam a disciplina, na sua maioria, apresentam uma preparação muito deficiente nesta área.

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

Learning in the Course of Quantitative Methods developed on descriptive statistics. This is the collection, presentation, analysis and interpretation of numerical data.

The program content to address the point of view of Social Sciences, topics such as the steps of the statistical method, frequency distributions and measures of location and dispersion, allows students to stay abreast of some

possibilities and some constraints to the use of statistics, this being the learning objective of this Course.

Finally, it is necessary to point out the existence in the curriculum, a dedicated point to reviews on notions of elementary mathematics, without which, the consistency of the syllabus with the objectives of the course would be severely compromised, since the students who attend discipline, mostly have a very poor preparation in this area.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Metodologias de exposição, de elaboração conjunta e de resolução de tarefas.

Avaliação: Três elementos escritos. 1º teste escrito a realizar-se na 7ª semana de trabalho do calendário escolar 2011/2012 (25% da nota final). 2º teste escrito a realizar-se na 12ª semana de trabalho do calendário escolar 2011/2012

(25% da nota final). 3º teste escrito a realizar-se em período de provas de frequência do calendário escolar 2011/2012 (50%) da nota final.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Methods of exposure, the joint development and resolution of tasks.

Assessment: Three written elements. 1 written test to be held in the 7th week of work of the school year 2011/2012 (25% of final grade). 2 written test to be held at 12 weeks of work of the school year 2011/2012 (25% of final grade). 3 No written test to be held in a period of evidence often the school calendar 2011/2012 (50%) of the final grade.

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

Para que o aluno adquira um conhecimento geral sobre a utilização da Estatística em Ciências Sociais (sabendo reconhecer as possibilidades e as limitações da utilização de determinadas técnicas) a metodologia de ensino engloba três partes. A primeira parte, expositiva, oferece ao aluno um resumo dos conceitos e resultados mais importantes. Sempre que possível, e o assunto assim o permita, ao método expositivo, junta-se o método de elaboração conjunta, onde se pretende que o aluno tenha um papel activo e o tema seja discutido pela turma. Por fim segue-se a resolução detalhada e rigorosa de um conjunto de exercícios que esteja directamente

relacionado com os temas abordados.

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

For the student to acquire a general knowledge about the use of Statistics in Social Sciences (knowing how to recognize the possibilities and limitations of using certain techniques) the teaching methodology consists of three parts. The first part, expository, provides students with a summary of the most important concepts and results. Whenever possible, and the subject allows, the lecture method, joins the method of joint development, where the student intends to take an active role and the issue be discussed by the class. Finally follows the resolution of a detailed and rigorous set of exercises that are directly related to the topics covered.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Bibliografia principal:

Reis, Elizabeth, Estatística Descritiva, Editora Sílabo, 6ª edição, Lisboa, 2005

Bibliografia secundária:

Murteira, Bento, Análise Exploratória de Dados - Estatística Descritiva I, Editora Mc Graw Hill, Lisboa, 1993

Spiegel, Murray R., Estatística, Editora Mc Graw Hill, S. Paulo, 2ª Edição, 1985 (ou edições posteriores)

Tabelas Estatísticas, Editora Sílabo, 4ª Edição, Lisboa, 2002

Kurtz, Norman, Introduction to Social Statistics, Singapore, McGraw-Hill 1983, 2nd printing 1985

Doane, David P. e Seward, Lori E., Estatística Aplicada à Administração e à Economia, São Paulo, McGraw-Hill, 2007

Hout, Réjean (2002) Métodos Quantitativos para as Ciências Humanas, Lisboa, Instituto Piaget

Rosental, Claude e Frémontier-Murphy, Camille (2002) Introdução aos Métodos Quantitativos em Ciências Humanas e Sociais, Lisboa, Instituto Piaget

Mapa IX - Práticas de Empreendedorismo, Retalho e Força de Vendas

6.2.1.1. Unidade curricular:

Práticas de Empreendedorismo, Retalho e Força de Vendas

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

Dulce Maria Juncal Ferreira Mendes - 4,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

- *Reflectir sobre a importância crescente do empreendedorismo no actual contexto competitivo*
- *Fornecer uma metodologia para a concepção, elaboração e implementação de um Projecto Empresarial;*
- *Promover uma aprendizagem prática, através da criação de um potencial negócio*
- *Articular os conhecimentos adquiridos nas diferentes disciplinas do curso*
- *Estimular o interesse pelo empreendedorismo*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Reflecting on the growing importance of entrepreneurship in the current competitive context*
- *Provide a methodology for the design, development and implementation of an Enterprise Project;*
- *Promote a learning practice, by creating a potential business*
- *Articulate the acquired knowledge in different disciplines of the course*
- *To stimulate interest in entrepreneurship*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Conceitos de Empreendedorismo

2. Geração de Ideias. Design Thinking

3. Metodologia para a elaboração de um “Plano de Negócios”

3.1 – Estrutura, conteúdo e utilidade

3.2 – Componentes de um Plano de Negócios

3.2.1 – Ideia e Conceito de Negócio

- 3.2.2 – *Análise de Mercado*
- 3.2.3 – *Estratégia*
- 3.2.4 – *Plano de Marketing*
- 3.2.5 – *Plano de Operações*
- 3.2.6 – *Plano de Pessoal*
- 3.2.7 – *Plano Financeiro*
- 4. *Apresentação documental do Plano de Negócios*
- 5. *Financiamento do Projecto*
- 5.1 – *Instituições Públicas*
- 5.2 – *Instituições Financeiras*
- 6. *Criação da Empresa*
- 6.1 – *Instituições e Documentação*
- 6.2 – *Pacto Social*
- 6.3 – *Início de Actividade*
- 7. *Apresentação pública dos Projectos elaborados pelas diferentes Equipas*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. *Concepts of Entrepreneurship*
- 2. *Idea Generation. design Thinking*
- 3. *Methodology for the elaboration of a "Business Plan"*
- 3.1 - *Structure, content and utility*
- 3.2 - *Components of a Business Plan*
- 3.2.1 - *Idea and Business Concept*
- 3.2.2 - *Market Analysis*
- 3.2.3 - *Strategy*
- 3.2.4 - *Marketing Plan*
- 3.2.5 - *Plan of Operations*
- 3.2.6 - *Staffing Plan*
- 3.2.7 - *Financial Plan*
- 4. *Presentation of the document Business Plan*
- 5. *Project Financing*
- 5.1 - *Public Institutions*
- 5.2 - *Financial Institutions*
- 6. *Creation of the Company*
- 6.1 - *Institutions and Documentation*
- 6.2 - *Social Pact*
- 6.3 - *Start of Activity*
- 7. *Public presentation of the projects developed by different teams*

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

Durante o semestre será privilegiada uma metodologia essencialmente prática, com constante recurso a Casos práticos, visando a aprendizagem prática dos diferentes conceitos e ferramentas e o estímulo do interesse nas áreas da gestão e do empreendedorismo

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

During the semester will be a prime method essentially practical, with constant use of practical cases, seeking hands-on learning of different concepts and tools and the encouragement of interest in management and entrepreneurship

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Será utilizada uma metodologia de avaliação contínua com a apresentação e discussão semanal de relatórios de progresso. No final será feita, pelas diferentes Equipas, a apresentação pública dos seus Projectos Empresariais

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

A methodology will be used for continuous assessment with the presentation and discussion weekly progress reports. At the end will be made by different teams, the public presentation of their Business Projects

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

Durante o semestre os alunos serão estimulados a fazerem aplicação prática dos conhecimentos ministrados. O tempo das aulas (4,5h) será dividido em 2 partes: exposição da matéria e acompanhamento dos Projectos Empresariais das diferentes Equipas.

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

During the semester students will be encouraged to make practical application of knowledge taught. The time classes (4.5 h) will be divided into 2 parts: exposition of the matter and monitoring of projects of different Business Teams.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Criar Modelos de Negócio, Alex Osterwalder;*
- *The four steps to Epiphany, Steve Blank*
- *Lean Startup, Eric Ries*
- *Getting to Plan B, John Mullins*

Mapa IX - Promoções e Merchandising**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Promoções e Merchandising

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

António Paulo Luís Jorge - 1,5 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

- *Compreender e aplicar a teoria relacionada com merchandising e promoções em lojas de retalho*
- *Saber utilizar as ferramentas promocionais quando analisado o mercado de consumo e de retalho*
- *Produzir um plano promocional e de merchandising apropriado e coordenado com as restantes atividades de marketing*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Understand and apply the theory related to merchandising and promotions in retail stores*
- *Know how to use promotional tools when analyzing the consumer market and retail*
- *Produce a plan promotional and merchandising appropriate and coordinated with other marketing activities*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- *Design do Ponto de Venda*
- *Comunicação Visual*
- *Mix Promocional*

6.2.1.5. Syllabus:

- *Design Point of Sale*
- *Visual Communication*
- *Promotional Mix*

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

Os conteúdos programáticos seleccionados permitiram aos alunos compreender a importância do Retalho nos negócios e, dentro deste, a importância do Merchandising e das Promoções; bem como adquirirem os conceitos e demais ferramentas teóricas para a gestão do merchandising e das promoções e efectuarem, por via dos trabalhos práticos, a aplicação desses conhecimentos, tomando contacto com as variáveis que os determinam e/ou condicionam.

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

The syllabus allowed selected students to understand the importance of the retail business and, within this, the importance of Merchandising and Promotions, as well as acquire the theoretical concepts and new tools for managing the merchandising and promotions, and carrying out, via the practical work, the application of such knowledge, coming into contact with the variables that determine and / or condition.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os alunos são avaliados pela metodologia de avaliação contínua e em conformidade com o regulamento do Instituto, existindo 3 momentos de avaliação, o primeiro que vale 10% decorre da presença nas aulas, um segundo constituído pela média aritmética de 2 trabalhos práticos que vale 40% e uma frequência individual que vale 50%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Students are assessed by the method of continuous assessment and in accordance with the regulations of the Institute, there are three stages of evaluation, the first worth 10% due to the presence in the classroom, a second consisting of the arithmetic mean of two practical work worth 40% and a frequency individual scores 50%.

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

As metodologias de ensino revelaram-se adequadas aos alunos e objectivos, porquanto nível de frequências dos alunos às aulas, o seu feedback constante e no final da unidade curricular, bem como o grau de aproveitamento, demonstraram o referido ajustamento.

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

The teaching methods have proved suitable for students and objectives, level of frequencies because of the students in class, your constant feedback and at the end of the course and the degree of utilization, showed that adjustment.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

• COSTA, António R., *CRESCITELLI, Edson Marketing Promocional para Mercados Competitivos*, São Paulo, Atlas

Mapa IX - Psicologia**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Psicologia

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

Rute Sofia Ribeiro Brites Lopes Dias - 3 horas

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

Não há.

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

Não há.

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

O programa desta cadeira visa proporcionar aos alunos a aprendizagem dos:

- *principais conceitos e teorias do funcionamento psicológico individual;*
- *modelos teóricos explicativos dos processos de interacção social, nos diferentes níveis de análise;*
- *métodos de observação e de análise dos comportamentos humanos em contexto interpessoal e grupal, com relevância para actividade profissional.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The program of this course aims to provide students' learning:

- *key concepts to theories of individual psychological functioning;*
- *theoretical models of the processes of social interaction at different levels of analysis;*
- *methods of observation and analysis of human behaviors in interpersonal and group context, relevant to work.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***I. INTRODUÇÃO***

A psicologia como ciência no contexto das ciências sociais

Métodos de investigação em psicologia

Breve história da psicologia

Áreas de aplicação da psicologia

II. TEORIAS DO FUNCIONAMENTO PSICOLÓGICO INDIVIDUAL*A percepção como processo de interpretação de estímulos sensoriais**Teorias da aprendizagem: Condicionamento Clássico; Condicionamento Operante; Aprendizagem por Observação**Motivação: definição e delimitação do conceito; teorias da motivação**Teorias da personalidade: a construção da identidade pessoal**Inteligência: definição e delimitação do conceito***III. TEORIAS DOS PROCESSOS DE INTERAÇÃO SOCIAL***Percepção de pessoas e sociabilidade: Formação de impressões; Atracção interpessoal**Atitudes: Conceito; Formação e Mudança de Atitudes; Medição das Atitudes**Processos de Influência Social: normalização, conformismo e obediência e inovação**Identidade e Relações Intergrupais: teoria da identidade social**O funcionamento dos pequenos grupos - estruturas e processos***6.2.1.5. Syllabus:****I. INTRODUCTION***Psychology as science in the context of the social sciences**Research methods in psychology**Brief history of psychology**Areas of application of psychology***II. INDIVIDUAL PSYCHOLOGICAL THEORIES OF OPERATION***The perception as a process of interpretation of sensory stimuli**Theories of Learning: Classical Conditioning, Operant Conditioning, Learning by Observation**Motivation: definition and delimitation of the concept, theories of motivation**Theories of personality: the construction of personal identity**Intelligence: definition and delimitation of the concept***III. THEORIES OF SOCIAL INTERACTION PROCESSES***Perception of people and sociability: Forming impressions; Interpersonal Attraction**Attitudes: Concept, Training and Attitudinal Change, Measurement of Attitudes**Processes of Social Influence: standardization, conformity and obedience and innovation**Identity and intergroup relations: social identity theory**The functioning of small groups - structures and processes***6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.***Os alunos manifestaram curiosidade e interesse pessoal e profissional pelos tópicos do programa abordados no decorrer do módulo e participaram activamente colocando questões relevantes acerca dos mesmos, com o objectivo de clarificar conceitos e adquirir instrumentos que lhes permita aumentar a eficácia na interacção social.***6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.***Students expressed curiosity and personal and professional interest in the topics discussed during the program module and participated actively putting relevant questions about them, in order to clarify concepts and acquire tools that enable them to improve efficiency in social interaction.***6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***De acordo com o Regulamento do INP, a avaliação dos alunos integra três momentos:**a) através da realização de um trabalho de grupo sobre um dos tópicos do programa (30%); b) através da realização de uma prova individual escrita (60%) e c) através de um trabalho individual e da participação dos alunos em trabalhos nas aulas (10%).***6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***According to the Regulation of INP, student assessment includes three moments:**a) by performing a work group on one of the topics of the program (30%), b) by making a written individual test (60%) and c) through individual work and student participation in the work classes (10%).***6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***Dada a natureza da cadeira, foram utilizados os métodos expositivos, interrogativo e de resolução de problemas, com recurso a exercícios.*

Para além do referido no ponto 5, os alunos desenvolveram, com sucesso, trabalhos de grupo no âmbito do programa que contribuíram para a aprendizagem de conceitos e de métodos de observação e de análise do comportamento humano, com relevância para a prática profissional.

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

Given the nature of the chair were used expository methods, questioning and problem-solving, using exercises.

Apart from the above point 5, the students developed successfully, group work within the program that contributed to the learning of concepts and methods of observation and analysis of human behavior, relevant to professional practice.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Gleitman, H. et al (2003). Psicologia. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. (orig. 1993).

Leyens, J.Ph; Yzerbyt, V. (1999). Psicologia Social, Lisboa: Ed. 70

Vala, J. e Monteiro, M.B. (eds.) (2002). Psicologia Social, Lisboa: Fund. Calouste Gulbenkian

Bibliografia complementar

Braunstein, J.F. & Pewzner, E. (2003). História da Psicologia. Lisboa: Instituto Piaget.

Candeias, A. A. (2008). Inteligência Social, O que é? E como avaliar? F.C. Gulbenkian

Feldman, Robert S; (2001). Compreender a Psicologia", Lisboa, McGraw Hill

Jesuino, J. C. (1994). O que é a Psicologia. Lisboa: Difusão Cultural.

Richard, Michel (2001). As correntes da Psicologia: Inst. Piaget

Mapa IX - Sociologia

6.2.1.1. Unidade curricular:

Sociologia

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

Ana Isabel Inácio Gomes da Silva Lopes Vaz - 3 horas

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

Celma Selemene Padamo

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

Celma Selemene Padamo

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

Proporcionar o conhecimento das principais teorias sociológicas, nomeadamente as com maior relevância no âmbito da Gestão (embora se pretenda que os alunos adquiram conhecimentos nas diversas áreas da Sociologia, enfatiza-se a sociologia aplicada às organizações, ao trabalho); compreender sociologicamente o contexto mundial em que vão inserir-se profissionalmente, e as mudanças que têm ocorrido nos vários quadrantes da sociedade. Pretende-se que, no final da UC, os alunos saibam identificar e caracterizar: objecto da Sociologia, principais teorias sociológicas, teorias relacionadas com Gestão; identifiquem as perspectivas sobre as tendências relativas ao mundo contemporâneo; identifiquem factores, vantagens e desvantagens da mudança social; identifiquem pontos fortes e fracos da entrevista, inquérito e análise de conteúdo, em pesquisa; saibam elaborar um plano de entrevista, uma análise de conteúdo aplicada à gestão e desenvolver uma estrutura de objectivos para inquérito

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To provide knowledge of the major sociological theories, particularly those with greater relevance in the management (though it is intended that students acquire knowledge in different areas of sociology, emphasizes the applied sociology of organizations, to work); sociologically understand the global context in which they insert themselves professionally, and the changes that have occurred in various quarters of society. It is intended that at the end of UC, students can identify and characterize: the subject of sociology, major sociological theories, theories related to management, identify perspectives on trends in the contemporary world; identify factors, advantages and disadvantages of social change ; identify strengths and weaknesses of the interview, survey and content analysis in research; know a plan of interviews, a content analysis applied to management and to develop a framework of objectives for investigation

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. A Sociologia enquanto disciplina científica

Os fundadores: teorias sociológicas clássicas

A sociologia na actualidade: temas sociológicos de relevo em Gestão

2. Comportamento social: Factos e fenómenos sociais; valores, normas e cultura; classes e (des)igualdade

3. Mudança Social e Globalização: factores e agentes de mudança; causas e consequências da globalização; crescimento e crise

4. Sociologias especializadas:

Sociologia e Organizações: Teorias sociológicas; as questões de género

Sociologia do Trabalho: Perspectivas clássicas sobre a organização do trabalho; A Escola das Relações Humanas

Contributos sociológicos sobre o desenvolvimento organizacional e a intervenção na Empresa: O

Desenvolvimento organizacional (DO); Análise estrutural; A abordagem sociotécnica; Abordagens

contingenciais; Análise estratégica: organização e poder.

5. Metodologias de investigação em Sociologia: Objectivos e parâmetros; inquérito, entrevista e análise de conteúdo

6.2.1.5. Syllabus:

1. Sociology as a scientific discipline

The founders: the classical sociological theories

Sociology at present: sociological themes prominent in Management

2. Social behavior: facts and social phenomena, values, norms and culture, class and (in) equality

3. Social Change and Globalization: factors and agents of change, causes and consequences of globalization, growth and crisis

4. Specialized sociologies:

Organizations and Sociology: Sociological theories, gender issues

Sociology of Work: Perspectives on the classic work organization, The School of Human Relations

Sociological contributions on organizational development and intervention in the Company: The Organizational Development (OD), structural analysis, socio-technical approach, contingency approaches, Strategic Analysis: organization and power.

5. Research Methodologies in Sociology: Objectives and parameters; survey, interview and content analysis

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

A abordagem inicial à Sociologia enquanto disciplina científica, referindo os seus fundadores e respectivas teorias, pretende que os alunos adquiram conhecimento sobre o objecto da Sociologia, as principais teorias e a “forma de pensar” mais adequada, com especial ênfase para as perspectivas relativas ao mundo contemporâneo e suas especificidades. Dada a integração da UC numa formação de Gestão, é pertinente que os conteúdos abordem os temas de relevo na área de especialização. Serão particularmente focadas as teorias sociológicas no âmbito das organizações e do trabalho, procurando identificar e debater os principais contributos sociológicos sobre o desenvolvimento organizacional e a intervenção na empresa. O objectivo: a compreensão do contexto mundial em que se irão inserir, profissionalmente. Finalmente, serão abordadas as metodologias de investigação em Sociologia, para que os alunos saibam identificar os pontos fortes/fracos de cada método, no âmbito da investigação sociológica

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

The initial approach to sociology as a scientific discipline, referring to its founders and their theories, you want students to acquire knowledge on the subject of sociology, the main theories and “thinking” more appropriate, with special emphasis on the outlook for the world contemporary and its specificities. Given the integration of a UC education management, the content is appropriate for addressing the issues raised in the area of specialization. Will be particularly focused on the sociological theories within organizations and work, seeking to identify and discuss the main contributions of the sociological and organizational development intervention in the company. The goal: understanding the global context in which they will enter, professionally. Finally, we will discuss the research methods in sociology, so that students can identify the strengths / weaknesses of each method in the context of sociological research

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Apesar dos conteúdos serem, essencialmente, teóricos, a metodologia adoptada procura otimizar a interacção docente-aluno, solicitando intervenções e opiniões sobre as temáticas em discussão. Na vertente teórico-prática, os alunos realizam um trabalho sobre um tema do programa. A possível existência de vários trabalhos sobre o mesmo tema pretende fomentar a discussão à luz do relativismo e da “imaginação sociológica”, pondo em prática o tipo de pensamento que o sociólogo deve adoptar. A avaliação contempla elementos individuais e grupais; a diversidade permite o recurso a diferentes competências dos alunos, quer na metodologia de pesquisa e estudo, quer na metodologia de trabalho. Assim, os alunos fazem um teste a meio do semestre e uma frequência no final; em grupo, realizam um trabalho, apresentado em aula e entregue na forma escrita. A assiduidade é também objecto de avaliação; o debate em sala constitui uma das formas mais importantes de aprendizagem, no âmbito das ciências sociais

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Although the contents are essentially theoretical, the methodology adopted for optimum teacher-student interaction, prompting interventions and opinions on the issues under discussion. In the theoretical and practical aspects, students undertake a work program on a topic. The possible existence of several works on the same theme is intended to stimulate discussion in the light of relativism and the "sociological imagination", putting into practice the kind of thinking that the sociologist should adopt. The assessment includes individual and group elements, diversity allows the use of different skills of students, both in research methodology and study or work in the methodology. Thus, students take a midterm test and a frequency at the end; group, perform work, presented in class and handed in written form. Attendance is also assessed, the debate in the classroom is one of the most important forms of learning within the social sciences

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

O objectivo geral da UC é proporcionar o conhecimento das principais teorias sociológicas, nomeadamente as com maior relevância no âmbito da Gestão. Trata-se de conteúdos, essencialmente, teóricos, apesar de se considerar que a aprendizagem é facilitada pela adopção de uma metodologia interactiva onde as intervenções e opiniões dos alunos são utilizadas para uma melhor compreensão dos conteúdos.

A vertente teórico-prática constitui uma forma de ajudar os alunos a compreender sociologicamente o contexto mundial em que vão inserir-se profissionalmente, e as mudanças que têm ocorrido nos vários quadrantes da sociedade. Aproveitando o tipo de pensamento que um sociólogo deve adoptar, torna-se mais simples ajudar os alunos a colocar-se na perspectiva do outro e assim identificar os factores, as vantagens e desvantagens da mudança social, as tendências relativas ao mundo contemporâneo e a pertinência do estudo da sociologia aplicada à Gestão.

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

The overall objective of UC is to provide knowledge of the major sociological theories, particularly those with greater relevance in the management. This content is mainly theoretical, although they consider that learning is facilitated by adopting an interactive approach where interventions and students' opinions are used to a better understanding of the content.

The theoretical and practical aspects is a way to help students understand sociologically the global context in which they insert themselves professionally, and the changes that have occurred in various quarters of society. Building on the kind of thinking that a sociologist should adopt, it becomes easier to help students put themselves in other's perspective and to identify the factors, the advantages and disadvantages of social change, trends in the contemporary world and the relevance of study of sociology applied to management.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Bardin, L. (2004) Análise de Conteúdo (3ª ed.). Lisboa: ed. 70.

Costa, A. F. da (1992). Sociologia. Lisboa: Difusão Cultural.

Ferreira, J. M. C., Neves, A. & Caetano, A. (2011). Psicossociologia das organizações. Lisboa: Escolar Editora.

Ferreira, J. C. et al. (1995). Sociologia. Lisboa: McGraw-Hill

Giddens, A. (2010). Sociologia (8ª Ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Pimentel, D. (2012). Sociologia do Trabalho e da Empresa. Uma breve introdução a problemas e perspectivas. Lisboa: Escolar Editora.

Grint, K. (1998). Sociologia do Trabalho. Lisboa: Instituto Piaget.

Javeau, C. (1998). Lições de Sociologia. Oeiras: Celta Editora.

Mapa IX - Técnicas de Comunicação de Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Técnicas de Comunicação de Marketing

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

Pedro Manuel Alves Trindade - 3 horas

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

Não há.

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

Não há

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

Dotar os discentes de uma visão abrangente e integrada sobre o conjunto de técnicas ou ferramentas de comunicação em Marketing

☐ *Capacidade de interpretar e integrar os elementos de mudança de uma sociedade de consumo para o desenvolvimento de estratégias de comunicação.*

☐ *Capacidade de clientes e consumidores no delinear de estratégias de comunicação.*

Pretende-se, ainda, familiarizar os discentes com os conceitos e instrumentos fundamentais para o desenvolvimento de uma campanha de comunicação, os estudantes deverão ser capazes de:

1) Conhecer e identificar as técnicas/ferramentas de comunicação de Marketing;

2) Identificar a importância da integração das técnicas/ferramentas para a persecução de uma campanha.

3) Criar um plano de comunicação de marketing

Promovendo o desenvolvimento de competências, numa perspectiva estratégica e estruturada;

Exposição teórica, discussão de grupo, exercícios de planificação.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Provide the students a comprehensive and integrated over the set of techniques or tools of communication in Marketing

☐ *Ability to interpret and integrate the elements of change in a consumer society for the development of communication strategies.*

☐ *Capacity of customers and consumers in the design of communication strategies.*

The aim is also to familiarize students with the fundamental concepts and tools for developing a communication campaign, the students should be able to:

1) Know and identify the technical / marketing communication tools;

2) Identify the importance of integration of the techniques / tools for the pursuit of a campaign.

3) Create a marketing communications plan

Promoting the development of skills, from a strategic perspective and structured;

Lectures, group discussion, planning exercises.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Definições e Conceitos Base

1. Promoções

a. Enquadramento e Definição teórica

b. Estratégias promocionais

c. Técnicas promocionais

d. Etapas e planeamento de uma promoção

2. Merchandising

a. Definições teóricas

b. Planeamento de merchandising

c. Concepção do espaço de venda

d. Comportamento do consumidor no ponto de venda

3. Marketing Directo

a. Enquadramento e Definição teórica

4. Marketing Relacional

a. Definição teórica

b. Áreas de actividade

5. CRM

a. Enquadramento e Definição teórica

b. Gestão de CRM, a interligação com outras técnicas de comunicação

6. Patrocínio

a. Enquadramento e Definição teórica

b. Áreas de actuação dos patrocínios

c. Estratégia de patrocínios

d. Concepção de acções específicas de patrocínios

7. Mecenato

a. Definição teórica

b. Objectivos do mecenato

8. Feiras

a. Enquadramento e Definição teórica

b. Gestão de feiras

c. Passos para o sucesso de uma feira

9. Eventos

a. Definição teórica

b. Gestão de eventos

6.2.1.5. Syllabus:

Definitions and Basic Concepts

1. promotions

a. Theoretical Framework and Definition

b. promotional strategies

c. promotional techniques

- d. And planning stages of a promotion
- 2. merchandising
 - a. theoretical definitions
 - b. Planning merchandising
 - c. Design of retail space
 - d. Consumer behavior at point of sale
- 3. Direct Marketing
 - a. Theoretical Framework and Definition
- 4. Relationship Marketing
 - a. theoretical definition
 - b. Areas
- 5. CRM
 - a. Theoretical Framework and Definition
 - b. CRM management, interconnection to other communication techniques
- 6. patronage
 - a. Theoretical Framework and Definition
 - b. Practice areas of sponsorship
 - c. Sponsorship strategy
 - d. Design of specific sponsorship
- 7. patronage
 - a. theoretical definition
 - b. Objectives of sponsorship
- 8. fairs
 - a. Theoretical Framework and Definition
 - b. Management fairs
 - c. Steps to success in a fair
- 9. events
 - a. theoretical definition
 - b. Event Management

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

As aulas serão desenvolvidas num contexto dialogante, com o docente a estimular constantemente o sentido crítico e a capacidade de raciocínio dos alunos. As aulas serão suportadas, sempre que possível, com casos práticos actuais

Os conteúdos programáticos seleccionados são aqueles que transmitem uma visão global e interactiva das temáticas que compõem a área da comunicação de marketing privilegiando a relação entre o marketing de uma organização e a agência, agentes envolvidos no processo tradicional.

As notícias e dados considerados relevantes para a economia, a gestão, os media e a comunicação em geral serão analisadas no decurso das aulas pelos estudantes com a supervisão e apoio do docente.

É essencial que os alunos se mantenham informados e atentos às notícias de forma generalizada e dos media e da comunicação em particular, numa postura pró-activa, para que o processo de aprendizagem envolva a participação activa de todos os estudantes.

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

The classes will be developed in a dialogic context, with the teacher to constantly stimulate the critical sense and reasoning ability of students. Classes will be supported, whenever possible, with current case studies

The program contents selected are those that convey a comprehensive and interactive themes that comprise the area of marketing communications focusing on the relationship between an organization and marketing agency, involved in the traditional process.

The news and information considered relevant to the economy, management, media and communication in general will be discussed during classes by students with teacher supervision and support.

It is essential that students are kept informed and attentive to the news across the board and media and communication in particular, a pro-active so that the learning process involving the active participation of all students.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- *Avaliação Continua:*

A avaliação proceder-se-á de acordo com os seguintes princípios, de acordo e nos termos do disposto no Regulamento de Avaliação de Conhecimentos em vigor no Instituto Superior de Novas Profissões:

- *Serão realizados três momentos de avaliação. Dois trabalhos de grupo e uma frequência no âmbito da avaliação contínua.*

- *A nota final em regime de avaliação contínua será o resultado da seguinte ponderação*

Nota final = (Frequência) x 50% + (Trabalho 1) x 25% + (Trabalho 2) x 25%

Em regime de exame final, a nota final a atribuir ao aluno corresponde à nota obtida no respectivo exame final.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

- *Evaluation Continued:*

The evaluation will be undertaken in accordance with the following principles in accordance and pursuant to Regulation Assessment of Knowledge in force at the Higher Institute of New Professions:

• will be held three times of assessment. Two work groups and a frequency within the continuous assessment.

• A final note on, system of continuous assessment is the result of the following weighting

Final Grade = (frequency) x 50% + (Paper 1) x 25% + (Paper 2) x 25% 4

Under the final exam, the final grade to be awarded to the student matches the grade obtained in their final exam.

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

A utilização de um conjunto metodologias activas bem como a utilização de papéis “em público” decorrentes da utilização de métodos activos, através da apresentação de trabalhos em sala, garante uma mais eficaz e fácil aprendizagem. A concretização de trabalhos de grupo, com casos reais, de cariz eminentemente prático, favorece a aprendizagem. A solicitação de trabalhos de cariz científico garante por sua vez o progresso da comunicação oral e escrita e a promoção de uma atitude investigadora e de crítica académica. A dinâmica colectiva gerada, pelos trabalhos de grupo, permite fundamentar e avaliar o nível das aptidões relacionais dos discentes, desenvolvendo concomitantemente as suas competências o que lhes permitirá, em contexto profissional, a articulação de conceitos teórico-práticos.

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

The use of an active set methods and the use of paper “in public” from the use of active methods, through the presentation of papers in class, ensures a more effective and easy to learn. The implementation of group work with real cases, the eminently practical, favors learning. The application-oriented scientific work in turn ensures the progress of oral and written communication and promoting a critical attitude and academic researcher. The collective dynamics generated by group work, support and allows to assess the level of interpersonal skills of students, while also developing their skills to enable them to in a professional context, the articulation of theoretical and practical concepts.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Dionísio, Pedro, Rodrigues, Vicente et al, (2010) “Publicitor Comunicação 360° online - offline”, Publicações D. Quixote, Lisboa*
- Rasquilha, Luis (2009), Publicidade, Lisboa: Publicações Dom Quixote.*
- Caetano, J., & Rasquilha, L. (2004), Gestão da Comunicação. Lisboa: Quimera.*
- Beirolas, Mário e Almeida, Rui, (1996) “Merchandising”, Texto Editora;*
- Bird, Drayton, (1991) “Bom Senso em Marketing Directo”, McGrawHill;*
- Buttle, Francis, (1998) “Customer RelationShip Management Concepts and Tools”, Elsevier Butterworth Heineman;*

Mapa IX - Técnicas de Negociação

6.2.1.1. Unidade curricular:

Técnicas de Negociação

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

José Joaquim de Leão Pinto da Silva e Guerreiro - 3 horas

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

Não há.

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

Não há

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

*Dotar os discentes de uma visão abrangente e integrada sobre o processo de Negociação;
Compreender a natureza do acto negocial e sensibilizar para a dinâmica das interacções pessoais;
Promover os conhecimentos teórico-práticos respeitantes à negociação, designadamente as estratégias, tácticas e manobras de negociação eficazes em cenários interpessoais e interculturais;
Promover o desenvolvimento de competências em negociação numa perspectiva estratégica e estruturada da condução de reuniões;
Exposição teórica, discussão de grupo, jogos, exercícios de negociação.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Provide the students a comprehensive and integrated over the negotiation process;
Understanding the nature of the act and raise awareness of negotiating the dynamics of personal interactions;
Promote theoretical and practical knowledge relating to trading, including the strategies, tactics and maneuvers effective negotiation in interpersonal and intercultural scenarios;
Promote the development of skills in negotiating a strategic and structured approach for conducting meetings;
Lectures, group discussion, games, exercises trading.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*A negociação; conceito e características
Elementos da negociação
Tipologia da negociação
Erros da negociação
Estratégia, técnica e tática negocial
Aproximação qualitativa e quantitativa à negociação
O processo negocial*

6.2.1.5. Syllabus:

*The negotiation, concept and characteristics
Elements of negotiation
Type of negotiation
Errors of trading
Strategy, technical and tactical negotiating
Qualitative and quantitative approach to trading
The negotiation process*

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

A negociação, enquanto processo, é constituída por um conjunto de características e procedimentos que, quando conjugados, tendem a contribuir para o seu sucesso. O conhecimento dos elementos que compõem o processo negocial dos tipos de negociação e erros negociais passíveis de existir bem como das estratégias, técnicas e táticas negociais que suportam o processo negocial. A conjugação dos vários factores enumerados contribui para o sucesso de toda a dinâmica do processo de negociação e venda do gestor de unidades hoteleiras.

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

Negotiation as a process, consists of a set of features and procedures which, when combined, tend to contribute to its success. The knowledge of the elements of the negotiation process of the types of negotiation and bargaining errors likely to exist and the strategies, negotiating techniques and tactics that support the negotiation process. The combination of several factors listed contribute to the success of the whole dynamic of the negotiation process and sales manager of hotel units.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

• Avaliação Contínua:

A avaliação proceder-se-á de acordo com os seguintes princípios, de acordo e nos termos do disposto no Regulamento de Avaliação de Conhecimentos em vigor no Instituto Superior de Novas Profissões:

• Serão realizados três momentos de avaliação. Um teste, um trabalho de grupo e uma frequência no âmbito da avaliação contínua.

• A nota final em, regime de avaliação contínua será o resultado da seguinte ponderação

Nota final = (Frequência) x 45% + (Trabalho Individual) x 30% + (Teste) x 25%

Em regime de exame final, a nota final a atribuir ao aluno corresponde à nota obtida no respectivo exame final.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

• Evaluation Continued:

The evaluation will be undertaken in accordance with the following principles in accordance and pursuant to Regulation Assessment of Knowledge in force at the Higher Institute of New Professions:

• will be held three times of assessment. A test, group work and a frequency within the continuous assessment.

• A final note on, system of continuous assessment is the result of the following weighting

Final Grade = (frequency) x 45% + (Individual Assignment) x 30% + (test) x 25%

Under the final exam, the final grade to be awarded to the student matches the grade obtained in their final

exam.

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

A utilização de um conjunto metodologias activas bem como a utilização de papéis “em público” decorrentes da utilização de métodos activos, através da apresentação de trabalhos em sala, garante uma mais eficaz e fácil aprendizagem. A concretização de trabalhos de grupo, de tipo científico, favorece o progresso da comunicação oral e escrita e a promoção de uma atitude investigadora e de crítica académica. A dinâmica colectiva gerada, pelos trabalhos de grupo, permite fundamentar e avaliar o nível das 3 aptidões relacionais dos discentes, desenvolvendo concomitantemente as suas competências que lhes permitirá, em contexto profissional, a articulação de conceitos teórico-práticos.

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

The use of an active set methods and the use of paper "in public" from the use of active methods, through the presentation of papers in class, ensures a more effective and easy to learn. The implementation of group work, type of science, promotes the advancement of oral and written communication and promoting a critical attitude and academic researcher. The collective dynamics generated by group work, support and allows to assess the level of the three interpersonal skills of students, while also developing their skills to enable them to in a professional context, the articulation of theoretical and practical concepts.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- JESUÍNO, Jorge Correia – *A Negociação, Texto Editora, Lisboa, 1992*
- SILVA, M. P. – *Negociação Técnicas & Ferramentas, Lidel, Lisboa, 2000*
- CARVALHO, José Crespo - *Negociação, Sílabo, Lisboa, 2006*
- JESUÍNO, Jorge Correia – *A Negociação, Texto Editora, Lisboa, 1992*
- SILVA, M. P. – *Negociação Técnicas & Ferramentas, Lidel, Lisboa, 2000*
- CARVALHO, José Crespo - *Negociação, Sílabo, Lisboa, 2006*
- MIDDLETON, V. – *Marketing de Turismo, Campus, São Paulo, 2002*
- SHAPIRO, Daniel, FISHER, Roger, - *Como Usar as Emoções para Negociar, Lua de Papel, 2008*
- FISHER, Roger, PATTON, Bruce, URY, William, - *Como Conduzir Uma Negociação. Chegar a acordo sem ceder, Lua de Papel, 2007*
- LEWICKI, Roy J., BARRY, Bruce, SAUNDERS, David M. – *Negotiation, McGrawHill/Irvin 5 Ed, 2010*

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):

João Licínio Cabral da Silva - 3 horas

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

Não há.

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

Não há

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

- 1. Compreender o âmbito e aplicabilidade das tecnologias e sistemas de informação ajustados às especificidades e necessidades das empresas.*
- 2. Em particular, sensibilizar os discentes para a importância dos ERP's (sistemas integrados de gestão) nas empresas.*
- 3. Por outro lado, familiarizar os discentes para a utilização eficaz de aplicações horizontais e de apoio à gestão comercial e de vendas, tais como folhas de cálculo e sistemas de gestão de bases de dados.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1. Understand the scope and applicability of technologies and information systems tailored to the specificities and needs of companies.*
- 2. In particular, to sensitize students to the importance of ERP (Enterprise Resource Planning systems) in enterprises.*
- 3. Furthermore, familiar learners efficient use of horizontal and support the management and commercial sale, such as spreadsheets and management systems database.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:*Parte I - Fundamentos e Conceitos*

- 1. Fundamentos de Tecnologias e Sistemas de Informação*
- 2. Tecnologias de Informação e Segurança Informática*
- 3. Conceitos sobre Sistemas de Informação e Gestão de Dados*

Parte II – Ferramentas aplicadas à gestão comercial e vendas

- 1. Folha de Cálculo Excel*
 - a. Conceitos básicos*
 - b. Cálculos – Fórmulas e Funções*
 - c. Gráficos*
 - d. Listas de Dados*
 - e. Tabelas Dinâmicas*
 - f. Ferramentas de Análise e Simulação*
- 2. Sistema de Gestão de Bases de Dados em Access*
 - a. Conceitos Básicos – Regras e Procedimentos*
 - b. Armazenamento dos Dados - Tabelas*
 - c. Relações entre Tabelas*
 - d. Consultas (queries)*
 - e. Gestão dos Dados – Formulários*
 - f. Impressão dos Dados – Relatórios*
 - g. Automatização de Tarefas – Botões de Comando*

6.2.1.5. Syllabus:*Part I - Fundamentals and Concepts*

- 1. Fundamentals of Information Systems and Technologies*
- 2. Information Technology and Computer Security*
- 3. Concepts of Information Systems and Data Management*

Part II - Tools applied to sales management and sales

- 1. Excel Spreadsheet*
 - a. Fundamentals*
 - b. Calculations - Formulas and Functions*
 - c. graphics*
 - d. Lists of Data*
 - e. PivotTables*
 - f. Analysis and Simulation Tools*
- 2. Management System Database in Access*
 - a. Basics - Rules and Procedures*
 - b. Data Storage - Tables*
 - c. Relationship between Tables*
 - d. Queries (queries)*
 - e. Data Management - Forms*
 - f. Print Data - Reports*
 - g. Task Automation - Command Buttons*

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

*Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objectivos da unidade curricular, pois:
A parte I dos conteúdos programáticos pretende concretizar os pontos 1 e 2 dos objectivos. A parte II dos conteúdos programáticos pretende concretizar o pontos 3 dos objectivos.*

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

*The course contents are consistent with the objectives of the course, because:
Part I of the syllabus aims to achieve the points 1 and 2 of the objectives. Part II of the syllabus aims to achieve the objectives of the three points.*

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Existem 3 momentos de avaliação com a seguinte ponderação:

- Trabalho prático individual – (30%)
- Trabalho prático colectivo (2 a 3 alunos) a entregar no dia da prova escrita (30%)
- Prova escrita (frequência) – a ocorrer no período de provas de frequência (40%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

There are three stages of evaluation with the following weighting:

- Practical work individually - (30%)
- Practical work collective (2-3 students) to deliver on the written test (30%)
- Written test (frequency) - occurring in the period of testing frequency (40%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objectivos da unidade curricular dado que a metodologia expositiva e prática possibilita atingir os mesmos.

A metodologia de trabalho pelo estudante na resolução de exercícios e de casos práticos, com o objectivo de consolidação dos conhecimentos e na abordagem de casos práticos e pequenos trabalhos para os estudantes desenvolverem fora das horas de contacto possibilita também atingir os objectivos estabelecidos.

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

The teaching methodologies are consistent with the objectives of the course as the expository and practical methodology allows to achieve the same.

The methodology of work by the student in solving exercises and case studies with the aim of consolidating the knowledge and approach to case studies and small jobs for students to develop out of contact hours also makes it possible to achieve the targets.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Pinto, M., Microsoft Excel 2007, Editora Centro Atlântico

Rodrigues, L., Utilização do Excel 2007 para Economia e Gestão, FCA – Editora de Informática

Alves, J., Access 2007 – Depressa & Bem, FCA – Editora de Informática

Mapa IX - Organização e Gestão de Eventos e Animação

6.2.1.1. Unidade curricular:

Organização e Gestão de Eventos e Animação

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

Mafalda Luísa de Almeida Serra Patuleia - 3horas

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

Não há.

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

Não há

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

Esta Unidade Curricular visa introduzir o aluno na problemática do lazer, do ócio e do tempo livre nas sociedades pós-modernas e, consequentemente, na análise da Animação como actividade técnica integrada no Turismo.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This Curricular Unit aims to introduce students in the area of leisure and entertainment in post-modern societies and, consequently, in the analysis of Animation as a technical activity integrated in Tourism

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

O destino turístico e o desenvolvimento das atracções turísticas (aulas teóricas)

Características gerais do destino turístico e as suas componentes de análise

A importância da atracção turística no desenvolvimento do destino turístico

Definição e tipologias das atracções turísticas

Ferramentas do processo de gestão da oferta cultural

- A animação e a actividade turística

Definição e objectivos

Tipologias

- A empresa de animação turística e o seu enquadramento legal em Portugal

As empresas de animação turística e a sua funcionalidade

O licenciamento e aprovação de projectos

- Organização e gestão de eventos (aulas práticas)

Eventos fechados/Eventos abertos

Orçamentação de eventos fechados

Coordenação da organização

6.2.1.5. Syllabus:

- Tourist destinations and the development of tourist attractions (lectures)

General characteristics of tourist destination and their components for analysis

The importance of tourist attraction in the development of tourist destination

Definition and typology of tourist attractions

Tools of the management process of cultural offer

-Entertainment and tourist activity

Definition and objectives

Typology

- Tourist animation company and its legal framework in Portugal

Tourist animation companies and their functionality

Projects licensing and approval

- Events organisation and management (practical classes)

Closed events / open events

Budgeting for closed events

Coordination of the organization

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

Esta articulação deve promover uma aprendizagem que deverá versar sobre os seguintes pontos:

• Apreensão e análise das várias dimensões relacionadas com a Animação;

• Avaliar os contextos e condições em que se desenvolve a Animação, bem como as transformações sofridas ao longo dos anos;

• Analisar os diferentes meios, suportes, ferramentas e instrumentos ligados à actividade da Animação Cultural e/ou Turística;

• Identificar o perfil, atributos e qualidades que deve reunir o animador;

• Sensibilizar os alunos para a necessidade de contextualizarem as propostas elaboradas, com base nos conhecimentos teóricos adquiridos.

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

-This articulation should promote learning on the following points:

• Apprehension and analysis of the various dimensions related to Animation;

• Assess the conditions and contexts in which Animation is developed, as well as its transformations over the years;

• Analyze the different means, supports, tools and instruments related to the activity of the Cultural Animation and / or Tourist one;

• Identify the profile, attributes and qualities of an animator;

• Raising awareness on the need to contextualize the drawn up proposals , based on their theoretical knowledge.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A avaliação desta disciplina é composta por duas componentes diferentes, ou seja: uma componente teórica composta por um teste escrito (45%), e uma componente prática composta pela realização de um trabalho de grupo (apresentação escrita e oral) (45%) e a avaliação contínua (10%) composta pela realização de fichas de trabalho sobre a matéria leccionada pela assiduidade.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The evaluation of this discipline is composed of two different components, namely: a theoretical component consisting of a written test (45%), and a practical component consisting of the creation of a groupwork (written and oral presentation) (45%) and continuous assessment (10%) composed of worksheets on the subject taught by attendance

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

Estimula-se a participação dos alunos nas aulas em sistema de avaliação contínua, pois pretende-se a sua familiarização progressiva com a totalidade dos conteúdos programáticos. A perspectiva pedagógica valoriza a realização de trabalhos de grupo, incentivando à aquisição de autonomia na pesquisa e no aprendizado, sob a orientação constante do docente, bem como o desenvolvimento de uma posição activa e crítica no domínio da aquisição dos conhecimentos.

Procura-se igualmente que os estudantes tenham sempre presente a relevância do que estudam e pesquisam nesta unidade curricular para a formação no âmbito do Turismo

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

Encouragement of students participation in classes in a system of continuous assessment, in order to familiarize them progressively with the whole syllabus. The pedagogical perspective values the achievement of group work, encouraging the acquisition of autonomy in research and learning, under the constant guidance of teachers, as well as the development of an active and critical position in the field of knowledge acquisition. It also seeks students to have in mind the importance of studying and research in this discipline for performance in Tourism.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BUHALIS, Dimitrios (2000), Marketing the Competitive Destination of the Future, Tourism Management, (21), pp. 97-116.

GETZ, D. E. (1991) Festivals, Special Events and Tourism, Van Nostrand Reinhold, New York.

SIMÕES, Helena (2006) Animação Cultural, três andamentos de compreensão, Lisboa; Livros Horizonte.

SWARBROOKE, John (1995), The Development and Management of Visitor Attractions, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Mapa IX - Planeamento e Controlo de Gestão**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Planeamento e Controlo de Gestão

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

Francisco Lopes dos Santos - 3 horas

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

Não há.

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

Não há

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

Em termos globais pretende-se com esta UC introduzir os alunos ao conceito de planeamento (estratégico e de longo prazo) e de controlo de gestão, bem como aos meios existentes para traduzir o planeamento do futuro da empresa em acções concretas do presente: grande estrutura e objectivos das unidades de negócio estratégicas. Em termos específicos procura-se apresentar os conceitos de planeamento e de gestão estratégica; dar a conhecer, em profundidade, a estrutura de um plano estratégico; desenvolver competências para a concepção e implementação de sistemas de controlo de gestão. Procura-se ainda integrar competências adquiridas noutras UCs, entre elas a estratégia, o marketing, as finanças, a gestão de recursos humanos e a contabilidade geral e analítica.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Overall it is intended with this UC introduce students to the concept of planning (strategic and long term) and management control, and the means to translate the existing planning the company's future into concrete actions of this: great structure and objectives of the strategic business units. Specifically we seek to introduce the concepts of planning and strategic management to make known, in depth, the structure of a strategic plan, develop skills to design and implement control systems management. It also seeks to integrate skills acquired in other UCs, including strategy, marketing, finance, human resources management and general and analytical accounting.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**1.PLANEAMENTO E CONTROLO DE GESTÃO – CONCEITOS ESSENCIAIS**

A gestão estratégica

O planeamento

O controlo

2.PLANOS, PROGRAMAS E ORÇAMENTOS

O plano estratégico

O plano tático e o plano operacional

Modelos de planeamento

3.ORÇAMENTAÇÃO

Conceito de orçamento

Vantagens e desvantagens da Gestão Orçamental;

A interligação dos programas e orçamentos;

Obstáculos no processo orçamental;

Tipologia de orçamentos;

4. O PROCESSO DE GESTÃO E CONTROLO ORÇAMENTAL

A função controlo orçamental

Revisão e ajustamentos orçamentais

Apuramento e análise de desvios

Causas comuns dos desvios: Volume, Mix, e Preço

Relatórios do controlo orçamental

5. CONCEPÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS INTEGRADOS DE AVALIAÇÃO DA PERFORMANCE

Definição conceptual do desempenho

Tableaux de bord

Balanced scorecard

6. ANÁLISE DE SENSIBILIDADE E CRIAÇÃO DE VALOR

As bases de uma estrutura por centros de responsabilidade

Gestão por objectivos

Relações Custo-Volume-Resultado

6.2.1.5. Syllabus:**1.PLANEAMENTO AND MANAGEMENT CONTROL - ESSENTIAL CONCEPTS**

The strategic management

The planning

control

2.PLANOS, PROGRAMS AND BUDGETS

The strategic plan

The tactical plan and operational plan

Planning models

3.ORÇAMENTAÇÃO

Budget concept

Advantages and disadvantages of Budget Management;

The interconnection of programs and budgets;

Obstacles in the budget process;

Types of budgets;

4. THE PROCESS OF MANAGEMENT AND BUDGET CONTROL

The budget control function

Review and budget adjustments

Assessment and analysis of deviations

Common causes of deviations: Volume, Mix and Price

Reports of budgetary control

5. DESIGN AND IMPLEMENTATION OF INTEGRATED SYSTEMS PERFORMANCE ASSESSMENT

Conceptual definition of performance

Tableaux de bord

Balanced scorecard

6. SENSITIVITY ANALYSIS AND VALUE CREATION

The foundations of a structure for responsibility centers

Management by objectives

Relations Cost-Volume-Profit

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

A unidade curricular de Planeamento e Controlo de Gestão tem por objectivo central facultar os fundamentos de planeamento e de controlo de gestão. Assim, o conteúdo programático procura estabelecer uma correspondência directa com os objectivos curriculares, percorrendo os vários aspectos conceptuais quer do planeamento quer do controlo, promovendo a discussão aprofundada e colectiva dos conteúdos de ambas as matérias, de forma a habilitar os estudantes a identificarem e a caracterizarem as principais ferramentas nestas áreas de forma a serem capazes de os aplicar em situações concretas ao nível organizacional.

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

The Course Planning and Management Control aims to provide the foundations of central planning and management control. Thus, the curriculum seeks to establish a direct correspondence to the curriculum objectives, covering the various aspects of the conceptual or planning or control, and promoting in-depth discussion of the legal content of both materials in order to enable students to identify and characterize the main tools in these areas in order to be able to apply them in concrete situations at the organizational level.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As sessões predominantemente teóricas consistem na exposição de conteúdos por parte do docente baseada nos métodos interrogativos e expositivos. Pressupõe-se a leitura do livro de base da disciplina e dos casos recomendados pelo professor. Serão debatidas com os alunos essas matérias. Nas sessões predominantemente práticas serão utilizados essencialmente estudos de caso. Privilegia-se a discussão / debate sobre alguns temas, relacionados com o conteúdo programático, para o desenvolvimento do sentido crítico do aluno. Envolvendo uma permanente interacção entre teoria / prática, o trabalho autónomo do aluno (baseado no plano estratégico), tem um carácter prolongado e é dividido nas fases que o compõem. Os alunos deverão percorrer as seguintes componentes de avaliação: Dois testes – 35%; Participação e preparação dos estudos de caso e discussões – 25%; 40% resulta da elaboração de um plano estratégico e de um sistema de controlo de gestão

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The sessions consist predominantly theoretical content in the exhibition by the teacher based on questions and exhibition methods. It is assumed to read the book based on the discipline and the cases recommended by the teacher. Will be discussed with students these materials. In practice sessions will be predominantly used essentially case studies. The focus is on discussion / debate on some issues related to the curriculum, to develop the critical sense of the student. Involving a constant interaction between theory / practice, independent student work (based on the strategic plan), has a prolonged nature and is divided into phases that compose it. Students should go through the following components of evaluation: Two tests - 35%, Participation and preparation of case studies and discussions - 25%, 40% results in the elaboration of a strategic plan and a system of management control

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

A UC de Planeamento e Controlo de Gestão procura dar a conhecer e sedimentar os conhecimentos na área do planeamento e do controlo, recorrendo a metodologias práticas como é o caso dos estudos de caso e da elaboração do plano, mas que também estimulem a investigação neste domínio, daí que o plano solicitado aos alunos tenha uma vertente de fundamentação teórica e que a discussão dos casos tenha como pressuposto a leitura da bibliografia indicada.

A participação em sala e as exposições teóricas reforçam a aprendizagem ao contribuírem para a sedimentação de conceitos e metodologias específicas.

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

The Course Planning and Control seeks to inform and solidify knowledge in the field of planning and control, using practical methods such as case studies and preparation of the plan, but also stimulate research in this field, so that the plan required students to have a strand of theoretical discussion and the case has assumed as the reading of the literature indicated.

Participation in the exhibition room and reinforce theoretical learning to contribute to the consolidation of specific concepts and methodologies.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Jordan, Hugues; Neves, João Carvalho das; Rodrigues, José Azevedo (2007). O Controlo de Gestão – Ao Serviço da Estratégia e dos Gestores, 7ª Edição, Lisboa: Áreas Editora.
Mintzberg, H. (1994). The rise and fall of strategic planning: Reconceiving roles for planning, plans, planners. New York: Simon and Schuster
Nolan, Timothy N., Goodstein, Leonard D e Pfeiffer, J. William (2005) Applied Strategic Planning: How to Develop a Plan That Really Works. New Jersey: McGraw-Hill

6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem

6.3.1. Adaptação das metodologias de ensino e das didácticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.

Os objectivos gerais e de aprendizagem do ciclo de estudos são apresentados como orientadores na definição dos objectivos de cada u.c.; realizam-se reuniões periódicas entre a coordenação e os vários docentes, bem como existe um acompanhamento de proximidade com o Conselho Pedagógico e Científico da escola o que permite verificar uma consonância e harmonia entre objectivos gerais do ciclo de estudos e objectivos de cada u.c.

Relativamente às metodologias de estudo adoptadas para este ciclo de estudos elas reflectem os objectivos de aprendizagem: Demonstrar competências analíticas, de síntese conceptual e metodológicas; aproximação crítica, ética e reflexiva, particularmente nos 1ºs semestres com ensino de predominância teórica; aplicação de conhecimentos adquiridos em contextos empresariais e resolução de problemas, através de uma progressiva alteração para um ensino de predominância teórico-prática a prática.

6.3.1. Adaptation of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

The general objectives and learning of the course are presented as guidance in setting goals for each uc; meetings are held regularly between the coordination and the various teachers, and there is a follow up closely with the Pedagogical and Scientific School which allows checking a line and harmony between the general objectives of the course and objectives of each uc

For the study methodologies adopted for this course of study they reflect the learning objectives: Demonstrate analytical skills in conceptual synthesis and methodological, critical approach, ethical and reflective, particularly in the first paragraphs semesters with teaching predominantly theoretical, application of knowledge acquired in business contexts and problem solving, through a gradual change to a predominance of education theory and practice practice.

6.3.2. Verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

O ciclo de estudos compreende 4.500 horas de trabalho e 180 ECTS, ou seja, 1500 horas de trabalho anuais, para 60 ECTS o que corresponde em média a 25 horas trabalho/1 ECTS.

Considerando que a atribuição dos créditos às distintas u.c. se deve basear numa estimativa realista da carga de trabalho, necessária a um aluno médio de forma a obter os resultados de aprendizagem estabelecidos e à prática verificada tendencialmente na Europa, concluímos que a carga média de trabalho deste ciclo de estudos é adequada.

A adaptação a Bolonha deste ciclo de estudos está reflectida no Regulamento nº. 194/2006. Posteriormente e acima de tudo por uma recolha de feedbacks dos alunos e docentes envolvidos, quanto a ajuste de cargas horárias para a obtenção dos resultados de aprendizagem estabelecidos e após parecer do Conselho Científico e do Conselho Pedagógico foi considerado proceder-se a uma revisão dessa estrutura curricular. Assim, o Aviso nº. 8928/2009 agora em vigor tem-se mostrado mais adequado.

6.3.2. Verification that the required students average work load corresponds the estimated in ECTS.

The course of study includes 4,500 hours of work and 180 ECTS, ie, 1,500 annual working hours to 60 ECTS corresponding to an average of 25 hours work / 1 ECTS.

Whereas the allocation of credits to different uc should be based on a realistic assessment of the workload, required an average student to obtain the results established learning and practice found in Europe tend to conclude that the average load of work of this course of study is appropriate.

Adaptation to Bologna this cycle of studies is reflected in the Regulation. 194/2006. Later and foremost a collection of feedback from students and teachers involved, as the setting work hours to obtain the learning outcomes established and the advice of the Scientific Council, Pedagogical Council was considered to proceed to a review of this structure curriculum. Thus, the Notice no. 8928/2009 now in force have been more appropriate.

6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Como é verificável nas Fichas de u.c. cada docente assume a responsabilidade de coerência entre metodologias pedagógicas, de avaliação e objectivos definidos. Estas fichas são elemento de entrega obrigatória em cada semestre. Nas reuniões parcelares promovidas pela coordenação / departamento da licenciatura com o corpo docente é reflectido sobre o ajuste das metodologias de avaliação, as ponderações dadas a cada momento de avaliação contínua e as linhas fundamentais de Bolonha no sentido da promoção da participação e assiduidade dos alunos em classe de aula.

O Regulamento de avaliação (<http://www.inp.pt/index.php/recursos/documentos-on-line/category/1-regulamentos>) em vigor e aprovado pelo Conselho Científico e Pedagógico prevê 3 momentos de avaliação contínua obrigatórios bem como estão definidos os critérios para acesso a época de exame. Estes critérios tiveram por base, entre outros, o incentivo à assiduidade e participação dos alunos ao longo do semestre.

6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning outcomes.

How is verifiable in sheets u.c. Each teacher takes responsibility for coherence between teaching methodologies, assessment and objectives. These chips are compulsory delivery element in each half. At meetings organized by the partial coordination / department with undergraduate faculty is reflected on the adjustment of the valuation methodologies, the weights given to each moment of continuous assessment and the main lines of Bologna towards the promotion of participation and attendance of students in classroom. Regulation Assessment (<http://www.inp.pt/index.php/recursos/documentos-on-line/category/1-regulamentos>) in place and approved by the Scientific and Pedagogical provides three times the required continuous assessment and are defined as the criteria for access to the time of examination. These criteria were based on, among others, to encourage attendance and participation of students throughout the semester.

6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.

Ao longo do ciclo de estudos e em cada u.c. de per se, as diferentes metodologias de ensino promovem quer a aplicação de metodologias científicas, quer o desenvolvimento de actividades científicas por forma a concorrer para o desenvolvimento de capacidades de análise crítica, rigor e fundamentação de análise. Assim, quer se tratem de u.c. T, quer TP ou P há sempre recurso a pesquisa teórica, metodológica, empírica e/ou prática com aplicação bibliográfica (predominante em u.c. teóricas) ou de campo (predominante nas u.c. teórico-práticas e práticas).

6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.

During the course of studies and in each u.c. per se, different teaching methodologies or promote the application of scientific methodologies, and the development of scientific activities in order to contribute to the development of skills of critical analysis, rigor of analysis and reasoning. So, whether they be u.c. T or P or TP there is always recourse to theoretical research, methodological, empirical and / or practical application literature (theoretical predominant in uc) or field (uc predominant in theoretical-practical and practical).

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	0	0	0
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	0	0	0
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	0	0	0
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	0	0
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

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.

O curso é composto por 8 áreas científicas. Os resultados do sucesso escolar nos últimos três anos permitiram observar que as unidades curriculares das áreas científicas de Matemática (M) e de Economia e

Gestão (EG), são as que registam maiores taxas de reprovação face às restantes áreas científicas. As que registam melhores taxas de aprovação e melhores classificações são respectivamente as áreas científicas de Ciências da Comunicação (CC), Psicologia (P), Sociologia (S) e Qualidade e Segurança (QS). As unidades curriculares das áreas científicas de Ciências Jurídicas (CJ) e de Engenharia Electrónica e Informática (EEI) têm percentagens de sucessos escolar intermédio relativamente às restantes áreas científicas.

7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study cycle and related curricular units.

The course consists of eight scientific fields. The results of academic success in the last three years have noted that the courses of the scientific areas of Mathematics (M) and Economics and Management (FE) are those which have higher failure rates compared to other scientific areas. Those which have better rates and approval ratings are respectively the best science of Communication Sciences (CC), Psychology (P), Sociology (S) and Quality and Safety (QS). The modules of the scientific areas of Legal Sciences (CJ) and Electronic Engineering and Computer Science (ISS) have percentages of success through school in relation to other scientific areas.

7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de acções de melhoria do mesmo.

Respeitando a autonomia e autoridade académica e científica dos docentes quanto a critérios de avaliação dos seus discentes, dá-se conta a este dos resultados obtidos nessa monitorização procurando-se deste modo uma atitude pedagógica de reflexão e crítica quanto a objectivos, metodologia pedagógica e de avaliação utilizadas.

Em termos gerais essa informação permite, ainda, a tomada de decisão quanto a propostas de alteração de cargas ECTS e cargas horárias.

São ainda ouvidos e discutidos no Conselho Pedagógico, as observações dos discentes para que possam ser reflectidas posteriormente nos departamentos técnico-científicos e suas coordenações de cursos com vista à detecção de medidas correctivas para o seu melhoramento.

7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.

Respecting the autonomy and authority of scientific and academic teachers as the criteria for assessment of their students, he realizes that the results of this monitoring is therefore looking for a teaching and critical reflection on objectives, teaching methodology and evaluation used.

In general this information also allows for decision making regarding proposed amendments to charges ECTS and workloads.

Are still heard and discussed at the Pedagogical Council, comments from students so that they can later be reflected in the departments and their technical and scientific coordination of courses for the detection of corrective measures for improvement.

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	0
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	0

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.

CIGEST, classificação “Suficiente”.

7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study cycle and its mark.

CIGEST, classificação “Fair”.

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.

30

7.2.3. Outras publicações relevantes.

IBER – Revista Internacional de Gestão e Comunicação (ISSN 1647-1989) que conta com os principais nomes de referência nacional e internacional em relações públicas e publicidade no seu Scientific Board: 9 professores doutores, de 7 diferentes países. (Betteke van Ruller, U. Amesterdan; Dejan Vercic, U. Ljubljana; Emanuele Invernizzi, IULM; Jordi Xifra, U. Pompeu Fabra; Maria Aparecida Ferrari, U. S. Paulo; Maria José Gonzalez, U. Cardenal Herrera-CEU; Ralph Tench, Leeds Metropolitan University; Gisela Gonçalves, UBI; Teresa Ruão, U Minho).

7.2.3. Other relevant publications.

IBER - International Journal of Management and Communication (ISSN 1647-1989) that includes the major names in national and international public relations and advertising at its Scientific Board: 9 teachers doctors, seven different countries. (Betteke van Ruller, U. Amesterdan; Dejan Vercic, U. Ljubljana, Emanuele Invernizzi, IULM; Jordi Xifra, U. Pompeu Fabra, Maria Aparecida Ferrari, U.S. Paul, Jose Maria Gonzalez, U. Cardenal Herrera-CEU, Ralph Tench, Leeds Metropolitan University; Gisela Gonçalves, UBI; Teresa Ruão, U Minho).

7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.

A investigação dos professores, nomeadamente os projectos, os papers e os artigos contribuem permanentemente para a melhoria contínua do ensino, actualização de conteúdos das unidades curriculares e aplicação dos conhecimentos da realidade empresarial.

7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.

The investigation of teachers, including projects, papers and articles permanently contribute to the continuous improvement of teaching, updating content of courses and application of knowledge of business reality.

7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.

Existem projectos e artigos feitos em associação nacional e internacional fruto de protocolos e da política de internacionalização do CIGEST.

7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.

There are projects and items made in association with national and international protocols and the result of the internationalization policy of CIGEST.

7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.

A actividade científica desenvolvida no presente serve de curva de experiência para a melhoria contínua da participação em projectos futuros, ao nível da sua elaboração e de afectação de recursos. Veja-se, por exemplo, a evolução da revista IBER (ISSN 1647-1989) entre o número 1 e o número 3, ao nível do respectivo Conselho Científico, blind review, colaborações internacionais e qualidade dos papers e sua disponibilização online.

7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.

The scientific activity developed in the present serves as the experience curve for the continuous improvement of participation in future projects, the level of its development and resource allocation. See, for example, the evolution of the magazine IBER (ISSN 1647-1989) between the number 1 and number 3, the level of its Scientific Council, blind review, international collaborations and quality of papers and making them available online.

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.

São desenvolvidas acções que visam não só o ampliar das fronteiras do conhecimento para os alunos do INP, como para a comunidade académica, empresarial e vizinhança. Estas actividades são concretizadas quer no espaço do Campus INP, quer noutros locais, como por exemplo escolas secundárias.

Exemplos de actividades desenvolvidas:*"4^{as}. de Cidadania" – Ciclo de 4 conferências reflectindo sobre as questões da Cidadania"**"Economia e Sustentabilidade" – Conferência/Mesa redonda**"Dia Aberto" – Conjunto de ateliers desenvolvidos para alunos do secundário**"Planos de Comunicação" – Workshops desenvolvidas com a participação de docentes e alunos do secundário nos seus espaços/escolas**"Dia nariz vermelho" – promoção de participação de alunos INP**"Redes Sociais e Marketing Digital" – Palestra**"Ergonomia na Gestão da Tecnologia e da Inovação" – Workshop**"Marketing in the 21st Century" – Conferência**"Metodologias de Investigação" - 2º Ciclo de Workshops**"Cursos de Formação em Línguas estrangeiras"***7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training.***Actions are aimed not only expand the frontiers of knowledge for students of the INP, and for the academic community, business and neighborhood. These activities are implemented both within the INP Campus or elsewhere, such as secondary schools.**Some examples of activities:**"4th s. Citizenship" - Cycle 4 conference reflecting on issues of Citizenship"**"Economics and Sustainability" - Conference / Roundtable**"Open Day" - A set of workshops designed for high school students**"Communication Plans" - Workshops developed with the participation of teachers and high school students in their areas / schools**"Red Nose Day" - promoting the participation of students INP**"Social Networks and Digital Marketing" - Lecture**"Ergonomics in Management of Technology and Innovation" - Workshop**"Marketing in the 21st Century" - Conference**"Research Methods" - 2nd Cycle of Workshops**"Training Courses in foreign languages"***7.3.2. Contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a acção cultural, desportiva e artística.***Todas as actividades desenvolvidas e anteriormente referidas (ver questões 7.2.5. e 7.3.), bem como a publicação da revista IBER – Revista Internacional de Gestão e Comunicação, através da publicação de artigos científicos e resenhas das teses de mestrado defendidas no âmbito dos mestrados do INP, são reais contributos para o desenvolvimento da cultura científica e acção cultural e artística e consequentemente para o desenvolvimento quer local, regional ou nacional.***7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.***All activities carried out and described above (see questions 7.2.5. And 7.3.), As well as the publication of the journal IBER - International Journal of Management and Communication, through the publication of scientific articles and reviews of master's theses defended under the Masters of the INP, are real contributions to the development of scientific culture and cultural activity and artistic development, and consequently either locally, regional or national level.***7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado.***Toda a informação relativa à instituição, ciclo de estudos e ensino são definidas envolvendo as estruturas formais do INP - Direcção, Conselho Científico, Conselho Pedagógico, Secretário-geral, Departamentos e Coordenações de licenciatura. Assim, a informação divulgada ao exterior está subordinada a estas tomadas de decisão. No que concerne ao ciclo de estudos em Gestão Comercial e Vendas, os materiais são concebidos, quanto a conteúdos, maioritariamente por esta coordenação, sendo posteriormente produzidos e divulgados pelo Departamento de Marketing nos suportes considerados adequados.***7.3.3. Adequacy of the information made available about the institution, the study cycle and the education given to students.***All information on the institution, course of study and teaching are defined involving the formal structures of the INP - Management, Scientific Council, Pedagogical Council, Secretary-General, Departments and Coordination degree. Thus, the information disclosed abroad is subject to these decision-making. With regard to the course in Business Management and Sales, the materials are designed, as the content, mainly of such coordination, and later produced and released by the Marketing Department in the media deemed appropriate.***7.3.4. Nível de internacionalização**

7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros / Percentage of foreign students	8.9
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade / Percentage of students in international mobility programs	0
Percentagem de docentes estrangeiros / Percentage of foreign academic staff	0

8. Análise SWOT do ciclo de estudos

8.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

8.1.1. Pontos fortes

Este ciclo de estudos fornece uma formação altamente especializada na área de gestão comercial

8.1.1. Strengths

This course of study provides highly specialized training in the area of trade management

8.1.2. Pontos fracos

Tratando-se de um ciclo de estudos com menos de três anos, ainda é prematuro aferir dos seus resultados no mercado de trabalho. Apesar disso, o curso tem vindo a atrair um conjunto significativo de profissionais do setor que têm entrado via maiores de 23 anos.

8.1.2. Weaknesses

In the case of a course of study with less than three years, is still too early to assess results of their labor market. Despite that fact, the degree is attracting a significant number of professionals in the sales & commerce area, via the Higher than 23 years model.

8.1.3. Oportunidades

*Curso com grande procura por parte de profissionais do sector e de jovens que recentemente acabaram o ensino secundário;
Curso com concorrência inexpressiva no panorama da oferta do ensino superior em Portugal*

8.1.3. Opportunities

*Course in great demand by professionals and young people who recently finished high school;
Travel with negligible competition in the panorama of the supply of higher education in Portugal*

8.1.4. Constrangimentos

A actual crise económica em Portugal e na Europa que afecta o mercado de trabalho em geral

8.1.4. Threats

The current economic crisis in Portugal and in Europe affecting the labor market in general

8.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

8.2.1. Pontos fortes

- *Processo de aprovação da oferta formativa pelos Conselhos Científico e Pedagógico.*
- *Existência de Guias de Curso, Regulamentos de Avaliação de Conhecimentos, de Secretaria, de Tesouraria, de Acção Social Escolar e de Bolsas de Mérito, bem como de suportes normativos escritos, no que respeita ao funcionamento do Instituto, nomeadamente com monitorização de atendimento/reclamação.*
- *Existência de inquéritos a discentes, sobre o funcionamento geral do curso, desempenho dos docentes, cumprimento dos objectivos de ensino/aprendizagem, nas específicas unidades curriculares, bem como sobre as condições, instalações e equipamentos postos à disposição.*
- *Existência de inquéritos a docentes sobre condições para cumprimento de objectivos de ensino/aprendizagem e condições gerais de funcionamento do Instituto.*
- *Sistema de informação sobre resultados académicos.*
- *Avaliação do desempenho dos docentes pela Direcção.*
- *Cooperação interinstitucional.*

8.2.1. Strengths

- *Procedure for approval of training offered by the Scientific and Pedagogic Councils.*
- *Existence of Travel Guides, Regulations Assessment of Knowledge, the Department of Treasury, Student Welfare and Merit Scholarships, as well as normative written media, in relation to operation of the Institute, particularly with monitoring service / complaint.*
- *Existence of surveys of students, on the overall operation of the course, performance of teachers, achievement of the teaching / learning in specific courses, as well as conditions, facilities and equipment made available.*
- *Existence of surveys of teachers on conditions for fulfillment of objectives of teaching / learning and general operating conditions of the Institute.*
- *Information system on academic achievement.*
- *Performance evaluation of teachers by the Board.*
- *Inter-institutional cooperation.*

8.2.2. Pontos fracos

- *Acompanhamento sistemático do percurso profissional dos antigos alunos.*
- *Internacionalização*

8.2.2. Weaknesses

- *Systematic monitoring of the careers of former students.*
- *Internationalization*

8.2.3. Oportunidades

- *Consolidação formal do Gabinete Académico de Qualidade*
- *Reforçar as atividades da Associação de Antigos Alunos, aumentar a comunicação, através de redes, no sentido de uma maior ligação à escola e atrair novos alunos.*
- *Reforçar a ligação ao ensino da atividade científica desenvolvida pelos professores e investigadores;*
- *Utilização das ligações institucionais com várias escolas internacionais, incentivando a internacionalização do Instituto, com aumento da mobilidade de estudantes e professores.*

8.2.3. Opportunities

- *Consolidation of formal Academic Quality Office - established in 2010*
- *Strengthening the activities of the Association of Former Students, increasing communication through social networks, towards a greater connection to school and attracting new students.*
- *Strengthening the link of the scientific activity developed by teachers for instruction.*
- *Use the link to several European schools, to encourage the internationalization of the Institute, with increased mobility of students and professors.*

8.2.4. Constrangimentos

- *Custos elevados com a constituição e manutenção de uma estrutura permanente de garantia da qualidade.*

8.2.4. Threats

- *High costs of formation and maintenance of a permanent structure for quality assurance.*

8.3. Recursos materiais e parcerias

8.3.1. Pontos fortes

O INP está dotado de adequados meios materiais, pedagógicos e didáticos em termos de: acessibilidades, infra-estruturas e equipamentos. Os meios são colocados à disposição dos alunos e professores da Licenciatura sendo utilizados com finalidades didáticas e pedagógicas. O INP situa-se em conhecida zona de Lisboa, servida por boa rede de transportes, sendo igualmente favorável à utilização de viatura própria. Aos docentes é facultado estacionamento gratuito, estando em curso diligências para que os alunos possam desfrutar de vantagem semelhante em instalações próximas. Além de serviços de apoio (Centro de Documentação, Secretaria, Centro de Cópias e Cafetaria), o INP põe ao serviço deste 1º ciclo salas de aulas, reuniões, trabalhos de grupo e trabalho individual, adaptáveis às diversas actividades, de docentes e discentes, das disciplinas em questão. As salas estão dotadas dos equipamentos tradicionais e também de modernos meios de acesso, partilha e difusão de informação.

8.3.1. Strengths

The INP is provided with adequate physical facilities, teaching and learning in terms of: accessibility, infrastructure and equipment. The means are available to students and faculty Degree being used for teaching and educational purposes. The INP is located in zone known

Lisbon, served by good transport network, and also supports the use of own car. to teachers is provided free parking, steps are underway for students to enjoy a similar advantage in nearby locations. In addition to support services (Center Documentation, Secretariat, Copy Center and Cafeteria), the INP put at the service of a cycle classrooms, meetings, group work and individual work, adaptable to various activities of teachers and students, the disciplines in question. The rooms are equipped with the traditional equipment as well as modern means of access, sharing and dissemination of information.

8.3.2. Pontos fracos

Número relativamente escasso de parcerias, tendo em conta o potencial existente e a abrangência do campo disciplinar

8.3.2. Weaknesses

Number relatively small of partnerships, if we think about the potencial and the vast field

8.3.3. Oportunidades

*Campo vasto de oportunidades e possibilidades para o estabelecimento de parcerias com instituições a nível nacional e internacional;
Campo vasto de possibilidades de alargamento das actividades em parceria com instituições de países de língua oficial portuguesa;
Linhas possíveis de investigação amplas e diversificadas, atendendo à missão do curso e ao seu carácter transdisciplinar;
Incremento da ligação ao meio empresarial através da realização de estágios académicos;
Realização de Formação Avançada em parceria com empresas e organizações públicas e privadas*

8.3.3. Opportunities

*A vast field of opportunities and possibilities for the establishment of partnerships with institutions at a national or international level;
Vast field of possibilities for expansion of the partnership activities with institutions where Portuguese is the official language;
Possible lines of ample and diversified investigation, related to the course*

8.3.4. Constrangimentos

Existência de uma multiplicidade de propostas e hipóteses de parcerias de outras instituições, o que torna em parte mais difícil para o INP demonstrar vantagem comparativa para o estabelecimento das mesmas;

8.3.4. Threats

Existence of a multiplicity of proposals and hypotheses of partnerships with other institutions, which makes more difficult for the INP to demonstrate comparative advantages for their establishment

8.4 Pessoal docente e não docente

8.4.1. Pontos fortes

*Pessoal não docente em número e qualidade adequados às necessidades do curso;
Pessoal docente e não docente motivado;
Pessoal docente do curso conta com 52% de doutores;
Corpo docente misto entre académicos e profissionais altamente qualificados*

8.4.1. Strengths

*Non-teaching staff in number and quality appropriate to the needs of the course;
Teachers and other staff motivated;
Teaching staff of the course comprises 52% of doctors;
Mix between academic faculty and highly qualified professionals*

8.4.2. Pontos fracos

Não foram detectados

8.4.2. Weaknesses

Not detected

8.4.3. Oportunidades

*Disponibilidade para contratação de docentes jovens, com perfil académico/profissional;
Disponibilidade para promover investigação geral e aplicada;
Disponibilidade pessoal e organizacional para o estabelecimento de parcerias, quer com empresas, quer com instituições de ensino, nacionais e estrangeiras;
Vontade de aprender e de progredir por parte do pessoal não docente.*

8.4.3. Opportunities

*Availability for contracting young teachers with academic / business profile;
Willingness to promote general and applied research;
Personal and organizational readiness for the establishment of partnerships, either with companies or with educational institutions, foreign and national;
Willingness to learn and progress by the non-teaching staff.*

8.4.4. Constrangimentos

Pouca flexibilidade de alguns docentes para a introdução de melhorias e a reconcepção de paradigmas pedagógicos, especialmente os de idade mais avançada, com uma visão mais tradicional do ensino superior.

8.4.4. Threats

Little flexibility for teachers of some improvements and redesign pedagogical paradigms, especially those of older age, with a more traditional view of higher education.

8.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

8.5.1. Pontos fortes

*Os estudantes pertencem a diversas faixas etárias e contextos experienciais, apresentam vontade/necessidade de desenvolvimento de competências, a nível superior e na generalidade demonstram uma consciência clara dos seus objectivos profissionais.
Forte ligação académica e afectiva com o Instituto.*

8.5.1. Strengths

*The students belong to different ages and experiential context, will have / need to develop skills at a senior level and in general show a clear awareness of their professional goals.
Strong academic and emotional connection with the Institute.*

8.5.2. Pontos fracos

*Em alguns estudantes denota-se uma preparação de base insuficiente, nomeadamente nas competências transversais: maturidade, responsabilidade, iniciativa e pró-actividade.
Dificuldade de ajustamento dos alunos às novas exigências de autonomia de estudo promovidas pelo processo de Bolonha. Hábitos de trabalho pouco consistentes com má gestão do tempo de estudo: os hábitos de estudos são por vezes superficiais.*

8.5.2. Weaknesses

*Some students indicates a preparation base insufficient, particularly in soft skills, maturity, responsibility, initiative and proactivity.
Difficulty adjusting to new demands of the students study of autonomy promoted by the Bologna process. Work habits inconsistent with poor time management study: study habits are sometimes superficial.*

8.5.3. Oportunidades

Promoção de relações culturais e sócio-económicas com países de língua portuguesa e com países europeus. Partilha de experiências e vivências entre alunos de diferentes classes etárias, proporcionando, entre outras coisas, um ingresso mais fácil dos alunos no mercado de trabalho. A participação de alunos já inseridos no mercado de trabalho promove um desenvolvimento da produtividade nacional. A interacção entre diferentes classes etárias e a organização de eventos académicos promovem também o desenvolvimento de competências transversais. O enfoque integrativo (teoria/prática) orienta decididamente os conhecimentos para os contextos profissionais.

8.5.3. Opportunities

*Promotion of cultural and socio-economic relations with Portuguese-speaking countries and European countries.
Sharing experiences and experiences among students of different age, providing, among other things, an easier admission of students into the labor market. The participation of students already in the labor market promotes the development of a national productivity. The interaction between different age groups and the organization of*

academic events also promote the development of soft skills. The integrative approach (theory / practice) had a decisive knowledge for professional environments.

8.5.4. Constrangimentos

Dificuldades sistémicas provenientes da deficiente formação do ensino secundário, em especial nas áreas científicas de Matemática, o que dificulta a aprendizagem/ensino e o consequente sucesso nas unidades curriculares que utilizam ferramentas matemáticas.

8.5.4. Threats

Systemic difficulties arising from inadequate training of secondary education, especially in scientific areas of mathematics, which makes the learning / teaching and the consequent success in courses that use mathematical tools.

8.6. Processos

8.6.1. Pontos fortes

*Processo de contratação de docentes e não docentes;
Processos de decisão no INP
Processos de comunicação e resolução de problemas entre a Direção do curso e os alunos;
Processos de intervenção junto de docentes sempre que se regista alguma situação irregular;
Processos de revisão dos conteúdos e metodologias das unidades curriculares;
Processos de informação e comunicação aos docentes e discentes;
Processos de lançamento electrónico dos sumários e notas;
Facilidade de pagamento das propinas via online;
Facilidade de acesso às notas via online;
Disponibilização de toda a informação aos alunos pelo moodle;
Inscrições via online;
Possibilidade de elaboração de um plano de pagamentos para os alunos com dificuldades financeiras.*

8.6.1. Strengths

*Process of hiring faculty and staff;
Decision processes in INP
Processes of communication and problem solving between the Direction of the course and students;
Processes for intervention with teachers when you register any irregular situation;
Processes for review of contents and methodology of the course units;
Information processes and communication with teachers and students;
Processes release of electronic summaries and notes;
Ease of payment of fees via online;
Easy access to notes via online;
Provision of information to all students by moodle;
Registration via online;
Possibility of developing a payment plan for students with financial difficulties.*

8.6.2. Pontos fracos

Os processos administrativos apresentam por vezes demoras que não se coadunam com a dinâmica desejável para o ciclo de estudos.

8.6.2. Weaknesses

Administrative processes have sometimes delays that are not consistent with the dynamic desirable for the course.

8.6.3. Oportunidades

*Aumento da Biblioteca especializada on line;
Melhorar as condições de acesso à biblioteca virtual a partir do exterior da universidade;
Melhorar os processos de garantia da qualidade, através de uma maior controlo das variáveis pedagógicas;
Melhorar e aperfeiçoar os processos de formação de professores, designadamente nos domínios científico e pedagógico.*

8.6.3. Opportunities

*Increased library specialized on-line;
Improve the conditions of access to virtual library from outside the university;
Improving the processes of quality assurance, through greater control of educational variables;
Improve and enhance the processes of teacher training, particularly in scientific and pedagogical fields.*

8.6.4. Constrangimentos

Evolução demográfica tendencialmente desfavorável para os fluxos de entrada dos candidatos ao primeiro ano do ciclo de estudos;
Condições económicas do país que podem levar a dificuldades de absorção dos alunos graduados pelo mercado de trabalho.

8.6.4. Threats

Unfavourable demographic trends tend to the inflow candidates for the first year of the course;
Economic conditions in the country that can lead to difficulties in absorption of graduates into the labour market.

8.7. Resultados

8.7.1. Pontos fortes

Incremento progressivo das parcerias com outras instituições;
Aumento dos níveis de motivação de alunos e professores;
Aumento progressivo do número de professores doutorados associados ao ciclo de estudos;
Apesar de ser um curso recente no INP, é o curso que tem registado maiores taxas de procura.

8.7.1. Strengths

Progressive increase in partnerships with other institutions;
Increased levels of motivation of students and teachers;
Progressive increase in the number of doctorates professors associated with the course;
Despite being a recent class in INP, is the course which has recorded the highest rates of demand.

8.7.2. Pontos fracos

Ainda insuficiente número de docentes envolvidos em redes de investigação, particularmente internacionais;
Por se tratar de um curso recente torna-se difícil estudar o seu impacto no mercado de trabalho, apesar de haver uma grande procura por parte de alunos que já trabalham no sector e que procuraram o INP para desenvolver as suas competências.
Sendo um curso recente, ainda não nos é permitido aferir das respectivas taxas de empregabilidade.

8.7.2. Weaknesses

Insufficient number of teachers involved in research networks, particularly international;
Because it is a recent class becomes difficult to study their impact on the labor market, although there is a great demand from students already working in the sector who sought the INP to develop their skills.
Being a recent class, although we are not allowed to assess their employability rates.

8.7.3. Oportunidades

Oportunidades de aumento de parcerias institucionais, tanto com universidades como com empresa e organizações, públicas e privadas;
Crescente mobilidade de estudantes e professores, atendendo à grande plasticidade do mercado de ensino na União Europeia;
Diversificação de oportunidades de empregabilidade nesta área em função da evolução do perfil de competências apresentadas pelos alunos.

8.7.3. Opportunities

Opportunities to increase institutional partnerships, both with universities and with business and organizations, public and private;
Increasing mobility of students and teachers, given the great plasticity of the education market in the European Union;
Diversification opportunities in this area of employability in the light of the skill profile presented by the students.

8.7.4. Constrangimentos

A crise económica em Portugal e na Europa

8.7.4. Threats

The economic crisis in Portugal and Europe

9. Proposta de acções de melhoria

9.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

9.1.1. Debilidades

Não foram detectados

9.1.1. Weaknesses

Not detected

9.1.2. Proposta de melhoria

O INP monitoriza e avalia permanentemente a adequação dos objectivos do ciclo de estudos à realidade académica e à evolução dos mercados.

9.1.2. Improvement proposal

The INP monitors permanently and evaluates the adequacy of the objectives of the course the reality academic and market developments.

9.1.3. Tempo de implementação da medida

Permanente

9.1.3. Implementation time

Permanent

9.1.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta

9.1.4. Priority (High, Medium, Low)

High

9.1.5. Indicador de implementação

Procura do ciclo de estudos e empregabilidade

9.1.5. Implementation marker

Search the course of study and employability

9.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade.

9.2.1. Debilidades

*Acompanhamento sistemático do percurso profissional dos antigos alunos
Avaliação da actividade científica desenvolvida pelo corpo docente
Internacionalização*

9.2.1. Weaknesses

*Systematic monitoring of the career of former students
Evaluation of the scientific activity carried out by faculty
internationalization*

9.2.2. Proposta de melhoria

*Desenvolvimento de um sistema permanente de acompanhamento dos antigos alunos através do gabinete de qualidade, serviços administrativos e associações de estudantes.
Monitorizar através do centro de investigação a actividade científica desenvolvida pelo corpo docente de forma mais permanente, bem como aumentar os níveis de internacionalização.*

9.2.2. Improvement proposal

*Development of a permanent system of monitoring through the alumni office for quality, administrative and student associations.
Routinely screened through the center of scientific research activity developed by faculty in a more permanent, and increasing levels of internationalization.*

9.2.3. Tempo de implementação da medida*Dois anos***9.2.3. Improvement proposal***two years***9.2.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)***Alta***9.2.4. Priority (High, Medium, Low)***High***9.2.5. Indicador de implementação***Relatórios anuais do Gabinete de Qualidade e do Cigest, com o tratamento de questionários específicos aos docentes.**Acompanhamento dos rácios dos estudantes em mobilidade (in e out).***9.2.5. Implementation marker***Annual reports of the Bureau of Quality and Cigest with the treatment of specific questionnaires to teachers.**Monitoring of the ratios of mobile students (in and out).***9.3 Recursos materiais e parcerias**

9.3.1. Debilidades*Número relativamente escasso de parcerias fora do continente europeu, tendo em conta o potencial existente e a abrangência do campo disciplinar***9.3.1. Weaknesses***Relatively few partnerships outside of Europe, taking into account the potential and scope of the disciplinary field***9.3.2. Proposta de melhoria***Promover o alargamento da rede de parcerias com instituições congéneres internacionais.***9.3.2. Improvement proposal***Promote the increase in the number of international partnerships.***9.3.3. Tempo de implementação da medida***Em curso***9.3.3. Implementation time***In course***9.3.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)***Alta***9.3.4. Priority (High, Medium, Low)***High***9.3.5. Indicador de implementação***Número de parcerias efectivadas.***9.3.5. Implementation marker***Number of effective partnerships.*

9.4. Pessoal docente e não docente

9.4.1. Debilidades

Reduzia disponibilidade dos docentes a tempo parcial para actividades de gestão académica e de desenvolvimento de investigação

9.4.1. Weaknesses

Reduced availability of part-time teaching activities of academic management research and development

9.4.2. Proposta de melhoria

Incentivo à progressão na respectiva carreira académica aos docentes que desenvolvam actividades de gestão académica e de investigação

9.4.2. Improvement proposal

Encouraging progress in their academic career teachers to develop activities of academic management and research

9.4.3. Tempo de implementação da medida

dois anos

9.4.3. Implementation time

two years

9.4.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta

9.4.4. Priority (High, Medium, Low)

High

9.4.5. Indicador de implementação

*Número de publicações e projectos
Aumento do número de Mestres e Doutores
Participação nas actividades de gestão académica do Instituto*

9.4.5. Implementation marker

*Number of publications and projects
Increased number of Masters and Doctors
Participation in the activities of academic management of the Institute*

9.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

9.5.1. Debilidades

*Maior limitação para a realização dos trabalhos de pesquisa
Alguns alunos estão muito desligados do ensino e dos métodos de estudo
Deficiente preparação ao nível do ensino secundário em termos de hábitos de estudo*

9.5.1. Weaknesses

*Major limitation to the achievement of the research
Some students are very disconnected from the teaching and study methods
Poor preparation for secondary education in terms of study habits*

9.5.2. Proposta de melhoria

*Fortalecer o apoio tutórico e nas horas de trabalho extra-contacto
Criar mais conferências e workshops sobre ensino superior
Maior monitorização do desempenho pedagógico de docentes e alunos, fortalecendo ainda mais a componente de avaliação contínua*

9.5.2. Improvement proposal*Strengthen support tutórico and hours of extra work, contact**Create more conferences and workshops on higher education**Greater monitorização the teaching performance of teachers and students, further strengthening the evaluation component continued***9.5.3. Tempo de implementação da medida***um ano***9.5.3. Implementation time***one year***9.5.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)***Alta***9.5.4. Priority (High, Medium, Low)***High***9.5.5. Indicador de implementação***Classificações obtidas pelos estudantes nas unidades curriculares**Taxas de aprovação e de sucesso nas unidades curriculares***9.5.5. Implementation marker***Marks obtained by students in courses**Rates of adoption and success in courses***9.6. Processos**

9.6.1. Debilidades*Os processos administrativos apresentam por vezes demoras que não se coadunam com a dinâmica desejável.***9.6.1. Weaknesses***Administrative processes have sometimes delays that are not consistent with the dynamic desirable.***9.6.2. Proposta de melhoria***Dotar os serviços administrativos de meios e sistemas que permitam uma resposta mais rápida através de requerimentos online; se necessário, reforçar ou reafectar os meios humanos da secretaria***9.6.2. Improvement proposal***Provide administrative services for media and systems that allow a quicker response through online applications if necessary, reinforce or re-allocate the human resources of the secretariat***9.6.3. Tempo de implementação da medida***Dois anos***9.6.3. Implementation time***Two years***9.6.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)***Alta***9.6.4. Priority (High, Medium, Low)***High***9.6.5. Indicador de implementação***Índice de satisfação dos alunos com a secretaria obtido através dos questionários anuais*

9.6.5. Implementation marker

Index of student satisfaction with the secretariat obtained from annual questionnaires

9.7. Resultados

9.7.1. Debilidades

Ainda insuficiente número de docentes envolvidos em redes de investigação, particularmente internacionais; Por se tratar de um curso recente torna-se difícil estudar o seu impacto no mercado de trabalho, apesar de haver uma grande procura por parte de alunos que já trabalham no sector e que procuraram o INP para desenvolver as suas competências. Sendo um curso recente, ainda não nos é permitido aferir das respectivas taxas de empregabilidade.

9.7.1. Weaknesses

Insufficient number of faculty involved in research networks, particularly international; Because it is a recent class becomes difficult to study their impact on the labor market, although there is a great demand from students already working in the sector who sought the INP to develop their skills. Being a recent class, although we are not allowed to assess their employability rates.

9.7.2. Proposta de melhoria

Apesar das características politécnicas da licenciatura, incentivar os docentes a publicar e participar em projectos de redes internacionais através do Cigest. Isto permitirá, como incentivo, a progressão na carreira académica. Incluir a partir de 2012 a licenciatura de Gestão Comercial e Vendas na monitorização da empregabilidade à semelhança das restantes licenciaturas do INP (só ainda não foi feito porque os primeiros licenciados saem para o mercado de trabalho apenas em 2012, visto tratar-se de um curso com apenas três anos de existência).

9.7.2. Improvement proposal

Although the characteristics of polytechnic degree, encourage teachers to publish and participate in projects of international networks through Cigest. This will allow, as an incentive, the academic career. Include in 2012 the degree in Business Management and Sales in monitorização employability along with the other graduates of the INP (just have not been done because the first graduates to leave the labor market only in 2012, because it is a course with only three years of existence).

9.7.3. Tempo de implementação da medida

um ano

9.7.3. Implementation time

one year

9.7.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta

9.7.4. Priority (High, Medium, Low)

High

9.7.5. Indicador de implementação

Número de publicações e projectos dos docentes, número de docentes inscritos no Cigest como investigadores

9.7.5. Implementation marker

Number of publications and projects of teachers, number of teachers enrolled in Cigest as researchers

10. Proposta de reestruturação curricular**10.1. Alterações à estrutura curricular**

10.1. Alterações à estrutura curricular**10.1.1. Síntese das alterações pretendidas**

<sem resposta>

10.1.1. Synthesis of the intended changes

<no answer>

10.1.2. Nova estrutura curricular pretendida**Mapa XI - Nova estrutura curricular pretendida****10.1.2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão Comercial e Vendas***10.1.2.1. Study Cycle:***Commercial Management***10.1.2.2. Grau:***Licenciado***10.1.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

<sem resposta>

10.1.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.1.2.4 Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure

Área Científica / Scientific Area (0 Items)	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS 0	ECTS Optativos / Optional ECTS* 0
--	-----------------	---	--------------------------------------

<sem resposta>

10.2. Novo plano de estudos**Mapa XII – Novo plano de estudos****10.2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão Comercial e Vendas***10.2.1. Study Cycle:***Commercial Management***10.2.2. Grau:***Licenciado***10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

<sem resposta>

10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

<sem resposta>

10.2.4. Curricular year/semester/trimester:

<no answer>

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan

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

(0 Items)

<sem resposta>

10.3. Fichas curriculares dos docentes**Mapa XIII****10.3.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

<sem resposta>

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

<sem resposta>

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

<sem resposta>

10.3.4. Categoria:

<sem resposta>

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

<sem resposta>

10.3.6. Ficha curricular de docente:

<sem resposta>

10.4. Organização das Unidades Curriculares (apenas para as unidades curriculares novas)**Mapa XIV****10.4.1.1. Unidade curricular:**

<sem resposta>

10.4.1.2. Docente responsável e respectiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

<sem resposta>

10.4.1.3. Outros docentes e respectivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

<no answer>

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

<sem resposta>

10.4.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

<no answer>

10.4.1.5. Conteúdos programáticos:

<sem resposta>

10.4.1.5. Syllabus:

<no answer>

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

<sem resposta>

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

<no answer>

10.4.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

<sem resposta>

10.4.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

<no answer>

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

<sem resposta>

10.4.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

<no answer>

10.4.1.9. Bibliografia principal:

<sem resposta>